



**Magda Maria  
Soares Barata**

**Identidade do Vinho do Porto,  
pela tradição da sua embalagem**



**Magda Maria  
Soares Barata**

**Identidade do Vinho do Porto,  
Pela tradição da sua embalagem**

Dissertação apresentada à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Design Materiais e Gestão do Produto, realizada sob a orientação científica do Professor Dr. Vasco Afonso Branco, Professor Associado do Departamento de Comunicação e Arte da Universidade de Aveiro e do Professor e Designer Francisco Providência Santarém, Professor auxiliar convidado do Departamento de Comunicação e Arte da Universidade de Aveiro

## **o júri**

presidente

Prof. Doutor Óscar Emanuel Chaves Mealha  
Professor Associado da Universidade de Aveiro

Prof. Doutor Vasco Afonso da Silva Branco  
Professor Associado da Universidade de Aveiro (Orientador)

Prof. Doutor Heitor Manuel Pereira Pinto da Cunha e Alvelos  
Professor Auxiliar da Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto

Mestre Francisco Maria Mendes de Seíça da Providência Santarém  
Professor Associado Convidado da Universidade de Aveiro (Co-Orientador)

## **agradecimentos**

Ao meu orientador, Prof. Doutor Vasco Branco, pela disponibilidade, apoio e tolerância que demonstrou no decorrer deste trabalho.

Ao meu co-orientador, Prof. Designer Francisco Providência, pela amizade, apoio dispensado, disponibilidade e interesse sempre que precisei da sua orientação. Muito obrigada por tudo.

À minha mãe, irmã, sobrinhos e restante família, bem como aos amigos pelo apoio incondicional, em particular à Ana Sofia, Carlos, Zé Russo, Zé Pedro e Ginha.

Este trabalho só foi possível pelo facto de ter encontrado, durante o percurso desta investigação, pessoas que me ajudaram imenso a conseguir atingir os objectivos a que me propus, e que sem a sua ajuda não teria sido de todo possível.

Ao IVDP, serviços de biblioteca, pela simpatia e apoio ao trabalho de investigação.

Ao Sr. Engº Jorge Dias por ter autorizado / facilitado o acesso à informação disponível neste Instituto.

À Sandra Bandeira, pela simpatia e apoio com que me recebeu sempre na biblioteca; também pela disponibilidade, contributo e incentivo à pesquisa; por todas as vezes que esclareceu dúvidas, quer por telefone, quer por e-mail...

Ao Sr. Delfim, pela paciência no esclarecimento de dúvidas sobre empresas, legislação e clarificação de outras sobre o Vinho do Porto.

Ao Vasco do Solar do Vinho do Porto, pelos dias divertidos a fotografar a enoteca.

Às empresas tratadas neste estudo: Ramos Pinto, Real Companhia Velha, Gran Cruz (Gran Cruz, Companhia União e C. da Silva), Sogevinus (Calém e Burmester), Quinta and Vineyard Bottlers (Taylor's e Croft), Quinta do Portal, Niepoort; um agradecimento especial à Quinta do Vallado, na pessoa do Sr. Francisco Ferreira, às Adegas do Vale do Rodo (Dr. Fernando Rosas) Adega de Santa Marta de Penaguião (Dr. Francisco Teixeira).

Não seria possível não deixar um agradecimento muito especial à Symington Estates Family, na pessoa de Jaqueline Valsassina, pela cordialidade, simpatia, disponibilidade, e rigor da informação prestada.

A tantos outros que pontualmente contribuíram para o presente estudo, mas sem os quais seria difícil a realização deste trabalho.

A todos muito obrigada.



**palavras-chave**

Identidade, Vinho do Porto, comunicação visual, embalagens, construção futura de modelo, estilos, categorias

**resumo**

Um dos produtos nacionais com maior antiguidade e identidade internacional é o Vinho do Porto. Um longo processo legislativo interno e externo ao país tem vindo a defender e a qualificar esse produto. Tratando-se de um produto de elevada complexidade, quer pela sua distribuição em três grandes estilos, quer pela subdivisão de cada estilo em diferentes categorias, quer ainda pela extensa rede de produtores, distribuidores, produtores/distribuidores, e constituindo mais de 1000 Marcas diferentes, a sua identificação visual padece de uma elevada fragmentação que só dificulta a defesa dos seus interesses comerciais na rede global. A partir da selecção de cerca de 17 marcas e de um conjunto de aproximadamente 500 embalagens, este estudo de dissertação pretende clarificar a comunicação visual deste produto a partir da análise da sua tradição e memória, assim como proporcionar um conjunto sintético de modelos que possam, a partir da análise anterior, contribuir para a construção futura de um modelo de convergência estilística para a identificação do Vinho do Porto na concorrência internacional com as suas pares (bebidas alcoólicas), há muito estabilizadas na sua identidade visual.

**keywords**

Identity, Port Wine, product's visual communication packages, future building of a model of stylistic, styles, categories

**abstract**

One of the national products of greatest antiquity and international identity is the Port Wine. A long legislative process, both internal and external to the country, has contributed to this product's protection and qualification. Being a product of high complexity, either due to its distribution in three great styles, or due to the subdivision of each style into different categories, or even due to the extensive net of producers, distributors, producers/distributors, and having more than 1000 different brands, its visual identification is highly fragmented which makes the protection of its global commercial interests rather difficult to achieve. From a selection of about 17 brands and a collection of approximately 500 packages, the intention of this study is to clarify the product's visual communication from an analysis of its tradition and history as well as to offer a synthetic collection of models which can, from the previous analysis, contribute for the future building of a model of stylistic convergence for the identification of the Port Wine within the international competition of similar products (alcoholic drinks) which had their visual identity established much earlier on.

Índice	índ.01
Índice de fotos, gráficos, quadros resumo e tabelas	índ.05
Introdução	int.01
<b>1. História</b>	
<b>1.1. Do Vinho</b>	011
<b>1.2. Do vinho do Porto</b>	
<b>1.3. Do vasilhame vinário</b>	019
1.3.1. Os primórdios da arqueologia vinária	035
1.3.2. Grécia e Roma	038
1.3.3. Idade Média	039
1.3.4. Do século XVI até aos tempos modernos	039
1.3.5. A importância do vidro na embalagem	040
1.3.6. Evolução da garrafa	044
1.3.7. Datação	047
<b>2. Identidade</b>	
Introdução	051
<b>2.1. Identidade técnica do Vinho do Porto</b>	055
2.1.1. Classificação das vinhas	055
2.1.2. Natureza e morfologia dos solos	056
2.1.3. Clima e orientação	057
2.1.4. Vinha e Castas	058
2.1.5. A arte dos vinhos	060
2.1.5.1. Etapas da produção	060
A Vindima	
A Produção	
2.1.5.2. Categorias dos vinhos	063
2.1.5.3. O Transporte	066
2.1.5.3.1. O rabelo	067
2.1.5.4. O Envelhecimento do vinho	072
2.1.5.5. A Qualidade e o selo de garantia	072
<b>2.2 Identidade visual</b>	
2.2.1. Objectivo do estudo e Intenção estratégica	075
2.2.2. Identificação dos pressupostos de caracterização para o domínio da amostragem	091
2.2.3. Anatomia da garrafa de Vinho do Porto	095
2.2.4. A conformação do contentor (tipologia de silhueta da garrafa)	096
2.2.5. Anatomia da garrafa de Vinho do Porto	097
2.2.6. Anatomia da garrafa	
2.2.6.1. A conformação/forma do contentor (tipologia de perfil / silhueta da garrafa)	098
2.2.6.2. A altura	099
2.2.6.3. A cor do vidro	100

2.2.6.4. Tipologia e cor de encapsulamento. _____	101
2.2.7. Anatomia do rótulo _____	
2.2.7.1. Função do rótulo _____	102
2.2.7.2. Sistema de rotulagem (rótulos, contra rótulos, gargantilhas, rótulos complementares, cápsulas e selos de certificação) _____	104
2.2.7.3. A anatomia do rótulo _____	105
2.2.7.4. A área de ocupação do rótulo na garrafa (em papel ou directamente serigrafado) _____	107
2.2.7.5. A dimensão _____	108
2.2.7.6. Inventariação da rotulagem (por componente) _____	108
2.2.7.7. A análise cromática das amostras _____	109
2.2.7.8. A decomposição de elementos constitutivos mais frequentes _____	110
2.2.7.9. Os processos de impressão _____	111
2.2.7.10. As marcas de validação/creditação do produtor e/ou engarrafador _____	113
2.2.7.11. As formas dos rótulos e sua colocação nas garrafas (predominância vertical ou horizontal) _____	114
2.2.7.12. Famílias tipográficas _____	116
2.2.8. Estudo da amostragem por categorias _____	118
2.2.8.1. A conformação/forma do contentor (tipologia de perfil/silhueta da garrafa) _____	119
2.2.8.2. A altura _____	120
2.2.8.3. A cor do vidro _____	120
2.2.8.4. Tipologia e cor de encapsulamento _____	120
2.2.8.5. Área de ocupação do rótulo na garrafa (por categoria de vinho) _____	122
2.2.8.6. Inventariação da rotulagem (por componente) _____	123
2.2.8.7. A análise cromática das amostras _____	124
2.2.8.8. A decomposição de elementos constitutivos mais frequentes _____	126
2.2.8.9. Os processos de impressão _____	127
2.2.8.10. As marcas de validação/creditação do produtor e/ou engarrafador _____	128
2.2.8.11. As formas dos rótulos e sua colocação nas garrafas (predominância vertical ou horizontal) _____	128
2.2.8.12. As famílias tipográficas _____	129
2.9. Categorias e estilos _____	
2.9.1. retrato robot das categorias do Vinho do Porto _____	133
2.9.2. retrato robot dos estilos do Vinho do Porto _____	142

<b>3. Conclusão /Texto síntese</b> _____	147
Retrato robot do produto Vinho do Porto _____	147

A.1.1. Perfis das garrafas por marcas	
A.1.2. Perfis das garrafas por categorias	
A.1.3. Perfis das garrafas por estilos	

<b>Bibliografia</b> _____	151
---------------------------	-----

- A.2.1. Fotos da amostragem de rótulos actuais (no activo em 2007)
- A.2.2 Fotos da amostragem de garrafas actuais (no activo em 2007)
- A.2.3. Fotos de uma amostragem dos rótulos do arquivo do IVDP
- A.2.4. Fotos da enoteca histórica do IVDP
- A.2.5. Tabelas de análise da amostragem

## Índice de figuras, gráficos, quadros resumo e tabelas

### Índice de figuras

1. Pintura tumular da antiga Tebas [Jonhson's Hugh - pág. 31] —————	011
2. Vista do Douro [IVP, Vinho do Porto, o vinho da filosofia - pág. 22] —————	019
3. Embarque de pipas no Douro [Douro,reserva histórica e o Vinho do Porto-pág. 111] —	020
4. Marquês de Pombal —————	021
5. Hospital de S. António [www. wikipédia.org] —————	023
6. Ponte das barcas —————	024
7. Armazéns em Gaia [Mourão, Ramiro- do vasilhame vinário - pág. 88] —————	027
8. Adega Egípcia [Mourão, Ramiro - do vasilhame vinário- pág. 9] —————	035
9. Imagem de vasos pithoi —————	035
10. Perfis e fragmentos de ânforas —————	036
11. Dolia romana [Mourão, Ramiro - do vasilhame vinário- pág. 12] —————	037
12. Cella vinária [Mourão, Ramiro - do vasilhame vinário- pág. 13] —————	038
13. Adega romana [Mourão, Ramiro - do vasilhame vinário- pág. 11] —————	038
14. Perfis garrafas séc XVII —————	044
15. Perfis garrafas inícios do séc XVIII —————	045
16. Perfis garrafas meados do séc XVIII —————	045
17. Perfis garrafas finais do séc XVIII —————	046
18. Perfis garrafas do séc XIX —————	046
19. Evolução dos gargalos das garrafas —————	048
20. Socalcos pré-filoxéricos —————	057
21. Socalcos pós-filoxéricos —————	057
22. Socalcos em talude de terra —————	057
23. Vinha ao alto —————	057
24. Folhagem das castas recomendadas brancas (muito boas) —————	058
25. Folhagem das castas recomendadas tintas (muito boas) —————	059
26. Folhagem das castas recomendadas brancas (boas) —————	059
27. Folhagem das castas recomendadas tintas (boas) —————	060
28. Cesto duriense de vindimas —————	061
29. Vindima no Douro [Douro,reserva histórica e o Vinho do Porto - pág. 44] —————	061
30. Corta [Douro,reserva histórica e o Vinho do Porto - pág. 60] —————	061
31. Lota [Douro,reserva histórica e o Vinho do Porto - pág. 65] —————	062
32. Transporte em carro de bois [Douro,reserva histórica e o Vinho do Porto - pág. 69] —	067
33. Transporte em barco rabelo [Douro,reserva histórica e o Vinho do Porto - pág. 69] —	067
34. Corte transversal dos barcos na genealogia directa do barco rabelo —————	067
35. Gravura de Marques de Aguilar de 1791 —————	068
36. Árvore genealógica dos barcos do Douro —————	070
37. Perspectiva do taburno ou coqueiro do barco rabelo —————	071
38. Rótulo toni-nutritivo, Ramos Pinto [Arquivo do IVDP] —————	077
39. Rótulo Porto Brasil [Guichard, rótulos e cartazes do Vinho do Porto - pág.88] —————	077
40. Rótulo Capricho, Andresen [Arquivo do IVDP] —————	077
41. Rótulo Jovial, Andresen [Arquivo do IVDP] —————	077
42. Rótulo Regenerante, Rodrigues Pinho [Arquivo do IVDP] —————	078
43. Rótulo Delicioso, Salgado Guimarães [Arquivo do IVDP] —————	078
44. Rótulo Potente, Romariz [Arquivo do IVDP] —————	078

45. Rótulo Vitorioso, Sousa Guedes [Arquivo do IVDP]	078
46. Rótulo Magnífico, Real C <sup>a</sup> Velha [Arquivo do IVDP]	078
47. Rótulo Supremo, Real C <sup>a</sup> Velha [Arquivo do IVDP]	078
48. Brasões de famílias/marcas do Vinho do Porto	079
49. Rótulo Vintage 1955, Buttler Nephew [Arquivo do IVDP]	079
50. Rótulo Vintage 1952, Quinta das Vargellas [Arquivo do IVDP]	079
51. Porto Rainha Santa [Guichard, rótulos e cartazes do Vinho do Porto-pág.57]	081
52. Infantil [Guichard, rótulos e cartazes do Vinho do Porto - pag.127]	081
53. Rótulo Prenda, Rodrigues Pinho [Arquivo do IVDP]	081
54. Rótulo Iracema, Romariz [Arquivo do IVDP]	081
55. Rótulo Adega luso-brasileira, Ferreira [Arquivo do IVDP]	081
56. Rótulo Sta. Rita, Romariz [Arquivo do IVDP]	081
57. Rótulo Sto. António, Romariz [Arquivo do IVDP]	081
58. Rótulo Frei Agostinho, C <sup>a</sup> Vinícola Portuguesa [Arquivo do IVDP]	082
59. Rótulo IJúlio Dinis, C <sup>a</sup> Vinícola Portuguesa [Arquivo do IVDP]	082
60. Rótulo Tentação, Ramos Pinto [Arquivo do IVDP]	082
61. Rótulo Galanteria, Ramos Pinto [Arquivo do IVDP]	082
62. Rótulo Clubland, Buttler Nephew [Arquivo do IVDP]	082
63. Rótulo África, C <sup>a</sup> Vinícola Portuguesa [Arquivo do IVDP]	082
64. Rótulo Afonso Henriques, Ramos Pinto [Arquivo do IVDP]	082
65. Rótulo Pedro Lopez, Douro shipper's & growers [Arquivo do IVDP]	083
66. Rótulo Fonseca's vintage 1970, Fonseca [Arquivo do IVDP]	083
67. Rótulo Portwine, Feist [Arquivo do IVDP]	084
68. Garrafa Porto Nédý [Enoteca histórica do IVDP]	084
69. Rótulo Propaganda, Vasconcellos [Guichard, rótulos e cartazes do Vinho do Porto-pág.54]	085
70. Rótulo Pátria, Real C <sup>a</sup> Velha [Arquivo do IVDP]	085
71. Cartaz de propaganda da Junta Nacional do Vinho, Mário Costa [Guichard, rótulos e cartazes do Vinho do Porto-pág.38]	085
72. Rótulo Santuário, Romariz [Arquivo do IVDP]	086
73. Rótulo N <sup>a</sup> Sra de Fátima, Pereira Basto [Arquivo do IVDP]	086
74. Vinho do Porto Amadeu [Cartazes Publicitários, Coleção da Empresa do Bolhão - pag. 103]	086
75. Rótulo Rainha Santa [Cartazes Publicitários, Coleção da Empresa do Bolhão - pag. 99]	086
76. Rótulo Porto Parada, Poças Júnior [Arquivo do IVDP]	087
77. Rótulo Garrafeira, Ramos Pinto [Arquivo do IVDP]	087
78. Logotipos das marcas estudadas	093
79. Alçados da garrafa	095
80. Perfis das tipologias das garrafas	096
81. Forma dos contentores de Vinho do Porto	099
82. Tipologia de encapsulamento	101
83. Sistema de rotulagem	104
84. Anatomia do rótulo	105
85. Área de ocupação do rótulo	107
86. Elementos evocativos da tradição vinícola	110
87. Elementos relativos aos descobrimentos	110
88. Elementos de nobreza	110

89. Elementos de validação aristocrática	111
90. Fonograma	111
91. Rótulos de configuração simples	112
92. Rótulos de configuração composta	112
93. Rótulos com data de fundação das empresas	113
94. Rótulos com assinatura	113
95. Rótulos com lacre	113
96. Rótulos com marca d'água	114
97. Rótulos com cartelas e timbres heráldicos	114
98. Rótulos com cortantes simples	115
99. Rótulos com cortantes especiais	116
100. Retrato robot da categoria vintage	133
101. Retrato robot da categoria LBV	133
102. Retrato robot da categoria crusted	134
103. Retrato robot da categoria reserva ruby	134
104. Retrato robot da categoria ruby	135
105. Retrato robot da categoria tawny	135
106. Retrato robot da categoria reserva tawny	136
107. Retrato robot da categoria tawny 10 anos	136
108. Retrato robot da categoria tawny 20 anos	137
109. Retrato robot da categoria tawny 30 anos	137
110. Retrato robot da categoria tawny 40 ou mais anos	138
111. Retrato robot da categoria tawny colheita	138
112. Retrato robot da categoria branco	139
113. Retrato robot da categoria branco seco	139
114. Retrato robot da categoria branco meio-seco	140
115. Retrato robot da categoria branco extra-seco	140
116. Retrato robot da categoria tawny lágrima	141
117. Retrato robot do estilo ruby	142
118. Retrato robot da estilo tawny	142
119. Retrato robot da estilo branco	143
120. Retrato robot do Vinho do Porto	148
121. Perfis de garrafas por marca	
122. Perfia de garrafa por categoria	
123. perfis de garrafa por estilo	



## Índice de gráficos

1. Distribuição de garrafas por altura	100
2. Distribuição de garrafas por cor de vidro	101
3. Distribuição do tipo de encapsulamento	101
4. Distribuição da cor de encapsulamento	102
5. Distribuição da amostragem por categoria	118

## Índice de quadros resumo

1. Área de ocupação dos rótulos	107
2. Inventariação da rotulagem por componente	108
3. Análise cromática do fundo dos rótulos	109
4. Análise cromática da tipografia principal	109
5. Análise cromática da tipografia secundária	110
6. Processos de impressão	111
7. Posição dos rótulos na garrafa	114
8. Rótulos regulares e irregulares	115
9. Famílias tipográficas	117
10. Distribuição da amostragem por categorias	118
11. Perfil do contentor por categoria	119
12. Cor do vidro por categoria	120
13. Tipologia de encapsulamento por categoria	121
14. Cor da cápsula por categoria	121
15. Área de ocupação do rótulo por categoria	122
16. Rotulagem por componente e categoria	123
17. Análise cromática do fundo por categoria	124
18. Análise cromática da tipografia principal por categoria	125
19. Análise cromática da tipografia secundária por categoria	125
20. Presença de elementos constitutivos por categoria	126
21. Processos de impressão por categoria	127
22. Marcas de validação por categoria	128
23. Famílias tipográficas por categoria	129

## Anexos

### - informação

- A.1 Fotos dos rótulos actuais (amostragem)
- A.2. Fotos das garrafas actuais (amostragem)
- A.3 Fotos (amostragem) dos rótulos do arquivo do IVDP
- A.4 Fotos da enoteca histórica do IVDP

## Tabelas em anexo

1. Perfis das garrafas por marca
2. Perfis das garrafas por categoria
3. Cor do vidro, tipologia e cor de encapsulamento nas diferentes categorias
4. Cor do vidro, tipologia e cor de encapsulamento na categoria vintage
5. Cor do vidro, tipologia e cor de encapsulamento na categoria LBV
6. Cor do vidro, tipologia e cor de encapsulamento na categoria reserva ruby
7. Cor do vidro, tipologia e cor de encapsulamento na categoria ruby
8. Cor do vidro, tipologia e cor de encapsulamento na categoria crusted
9. Cor do vidro, tipologia e cor de encapsulamento na categoria tawny
10. Cor do vidro, tipologia e cor de encapsulamento na categoria reserva tawny
11. Cor do vidro, tipologia e cor de encapsulamento na categoria tawny 10 anos
12. Cor do vidro, tipologia e cor de encapsulamento na categoria tawny 20 anos
13. Cor do vidro, tipologia e cor de encapsulamento na categoria tawny 30 anos
14. Cor do vidro, tipologia e cor de encapsulamento na categoria tawny 40 anos
15. Cor do vidro, tipologia e cor de encapsulamento na categoria tawny colheita
16. Cor do vidro, tipologia e cor de encapsulamento na categoria branco
17. Cor do vidro, tipologia e cor de encapsulamento na categoria branco meio-seco
18. Cor do vidro, tipologia e cor de encapsulamento na categoria branco seco
19. Cor do vidro, tipologia e cor de encapsulamento na categoria branco extra-seco
20. Cor do vidro, tipologia e cor de encapsulamento na categoria branco lágrima
21. Perfis das garrafas por estilo
22. Cor do vidro, tipologia e cor de encapsulamento nos diferentes estilos
23. Cor do vidro, tipologia e cor de encapsulamento no estilo ruby
24. Cor do vidro, tipologia e cor de encapsulamento no estilo tawny
25. Cor do vidro, tipologia e cor de encapsulamento no estilo branco
26. Forma dos rótulos
27. Colocação dos rótulos na garrafa
28. Área de ocupação dos rótulos por estilo e categoria
29. Diferentes elementos de rotulagem
30. Diferentes elementos de rotulagem na categoria vintage
31. Diferentes elementos de rotulagem na categoria LBV
32. Diferentes elementos de rotulagem na categoria reserva ruby
33. Diferentes elementos de rotulagem na categoria ruby
34. Diferentes elementos de rotulagem na categoria crusted
35. Diferentes elementos de rotulagem na categoria tawny
36. Diferentes elementos de rotulagem na categoria reserva tawny
37. Diferentes elementos de rotulagem na categoria tawny 10 anos
38. Diferentes elementos de rotulagem na categoria tawny 20 anos
39. Diferentes elementos de rotulagem na categoria tawny 30 anos
40. Diferentes elementos de rotulagem na categoria tawny 40 anos
41. Diferentes elementos de rotulagem na categoria colheita
42. Diferentes elementos de rotulagem na categoria branco
43. Diferentes elementos de rotulagem na categoria branco meio seco
44. Diferentes elementos de rotulagem na categoria branco seco
45. Diferentes elementos de rotulagem na categoria branco extra-seco

46. Diferentes elementos de rotulagem na categoria lágrima
47. Características dos rótulos nas diferentes categorias
48. Características dos rótulos da categoria vintage
49. Características dos rótulos da categoria LBV
50. Características dos rótulos da categoria ruby
51. Características dos rótulos da categoria reserva ruby
52. Características dos rótulos da categoria crusted
53. Características dos rótulos da categoria tawny
54. Características dos rótulos da categoria reserva tawny
55. Características dos rótulos da categoria tawny 10 anos
56. Características dos rótulos da categoria tawny 20 anos
57. Características dos rótulos da categoria tawny 30 anos
58. Características dos rótulos da categoria tawny colheita
59. Características dos rótulos da categoria branco
60. Características dos rótulos da categoria branco meio-seco
61. Características dos rótulos da categoria branco seco
62. Características dos rótulos da categoria branco extra-seco
63. Características dos rótulos da categoria branco lágrima
64. Características dos rótulos dos diferentes estilos
45. Características dos rótulos
65. Características dos rótulos do estilo branco
66. Características dos rótulos do estilo tawny
67. Características dos rótulos do estilo ruby
68. Famílias tipográficas usadas nas diferentes categorias
69. Famílias tipográficas usadas na categoria vintage
70. Famílias tipográficas usadas na categoria LBV
71. Famílias tipográficas usadas na categoria reserva ruby
72. Famílias tipográficas usadas na categoria ruby
73. Famílias tipográficas usadas na categoria crusted
74. Famílias tipográficas usadas na categoria tawny
75. Famílias tipográficas usadas na categoria reserva tawny
76. Famílias tipográficas usadas na categoria tawny 10 anos
78. Famílias tipográficas usadas na categoria tawny 20 anos
79. Famílias tipográficas usadas na categoria tawny 30 anos
80. Famílias tipográficas usadas na categoria tawny 40 anos
81. Famílias tipográficas usadas na categoria tawny colheita
82. Famílias tipográficas usadas na categoria branco
83. Famílias tipográficas usadas na categoria branco meio-seco
84. Famílias tipográficas usadas na categoria branco seco
85. Famílias tipográficas usadas na categoria branco extra-seco
86. Famílias tipográficas usadas na categoria branco lágrima
87. Famílias tipográficas usadas nos diferentes estilos
88. Famílias tipográficas usadas no estilo ruby
89. Famílias tipográficas usadas no estilo tawny
90. Famílias tipográficas usadas no estilo branco

# Introdução

A História do Vinho perde-se na memória dos tempos e funde-se com a história cultural das comunidades.

Em todo o registo histórico das diversas comunidades, sobretudo das mediterrânicas verificam-se registos pictóricos e alusões escritas a esta bebida, que foi aclamada pelos povos e cantada por poetas, desde os tempos mais remotos. A sua importância na história permitiu que lhe fosse dedicada particular atenção desde as sociedades mais remotas, nas civilizações clássicas, ganhando particular destaque durante a Idade Média e que tenha conseguido chegar de 'boa saúde' aos nossos dias.

No caso português do Vinho do Porto, verifica-se que o desenvolvimento da vitivinicultura na região do Douro acompanha a própria História do país do século XV até à actualidade. Durante este percurso, este produto tem desempenhando importantes papéis, tanto nas relações diplomáticas portuguesas, como a nível económico, pois durante décadas manteve-se como o produto português mais exportado.

A produção agrícola e a elaboração/concepção do produto têm vindo a acompanhar e a integrar as evoluções tecnológicas do sector, sem que, no entanto, tenha perdido qualquer das qualidades que o individualizam. Se o desenvolvimento deste vinho requer conhecimentos múltiplos, também a sua imagem requer uma complexidade de saberes e elementos construtores da sua identidade visual.

Se ao longo da sua existência, se verificaram alterações na identidade visual deste vinho, só a partir do século XIX foi objecto de um verdadeiro esforço de comunicação gráfica, conduzida pela legislação de protecção ao seu engarrafamento em território nacional.

As alterações sofridas, na identidade visual do Vinho do Porto, reflectem a mistura entre a estética internacional e o gosto português.

Ao longo dos quinhentos anos de existência deste vinho, muitas das empresas que produziram ou engarrafaram Vinho do Porto, atingiram a maturidade e por qualquer motivo que se prende ora com as exigências do mercado, ora com condicionalismos naturais, foram extintas ou simplesmente absorvidas por outras, maiores e economicamente mais consistentes. As frequentes 'movimentações' sofridas pelo sector ao longo destes séculos têm-se revelado um obstáculo para o desenho da 'árvore genealógica' das empresas/marcas, o que facilitaria a compreensão e descodificação de alguns elementos gráficos, fundadores da sua identidade.

## A temática e sua relevância

A mão-de-obra empregue neste sector ao longo de séculos, quer na agricultura, quer na gestão do produto e no seu comércio, bem como a importância histórica e económica que tem para o país, justificam por si só este estudo, que se debruça sobre os elementos construtores da identidade visual de um importante produto nacional, o Vinho do Porto, grande embaixador de Portugal no mundo.

Ao longo de séculos, este vinho foi motivo de tratados, alianças e relações comerciais com países estrangeiros, foi 'mediador' de conflitos, e o 'cartão de visita' de Portugal no mundo.

A sua importância histórica, aliada ao seu reconhecimento internacional, bem como a importância económica que tem revelado, tanto no contexto nacional como internacional, é por si só motivo justificável para este estudo. Por ser o produto português mais reconhecido além fronteiras, deveria merecer por parte do país o interesse necessário e um cuidado redobrado com aquela que

é a sua identidade visual. A abordagem feita a este produto, na perspectiva da sua identidade, torna-se pertinente se atendermos à importância que a imagem dos produtos tem vindo a adquirir desde o século XIX à contemporaneidade da globalização.

Para que se consiga ter uma perspectiva da identidade deste produto tão antigo e fragmentado por tantas marcas, torna-se fundamental a análise dos modelos, embalagens e rótulos que sustentaram a sua boa comercialização até aos dias de hoje.

## Abordagem desenvolvida

A impossibilidade de estudar a globalidade dos espécimes na vasta abrangência do período cronológico por si percorrido, obrigou a um estudo centrado naquela que é a sua identidade visual presente.

Esta abordagem poderia ser tratada sob duas perspectivas distintas: a diversidade das marcas registadas como marca Vinho do Porto e a quantidade de vinho distribuído/embalado por cada marca (quotas de mercado). Verificou-se que a maior representação contributiva para a identidade gráfica do produto (apesar da multiplicidade de categorias), está concentrada no menor número de marcas com maior quota de mercado. Assim, para a investigação deste estudo foi necessário o recurso às empresas/funcionários e obter informação directamente nos serviços administrativos de cada uma das marcas com expressividade no mercado e ainda informação obtida informalmente em técnicos especialistas do Instituto dos Vinhos do Douro e Porto, que consideram que os principais operadores hoje se concentram em cinco grandes grupos económicos (Symington Estate Family, Gran Cruz, Sogevinus, Quinta & Vinneyard Bottlers e Sogrape).

Recorrendo a uma pequena resenha histórica, sentiu-se necessidade de observar a importância do vinho nas diversas comunidades, e também do Vinho do Porto ao longo dos diferentes períodos culturais, procurando compreender o seu importante e ‘turbulento’ percurso de transversalidade e afirmação da cultura portuguesa. Para a construção desta resenha, foi necessária a recolha fotográfica de cerca de 4000 rótulos históricos pertencentes aos arquivos do Instituto dos Vinhos do Douro e Porto, e de aproximadamente 1700 garrafas pertencentes à sua enoteca histórica. Sentiu-se ainda necessidade de elaborar a evolução dos contentores vinários, desde a antiguidade até aos nossos dias.

O objectivo da presente dissertação, é avaliar os traços morfogénicos da identidade visual do Vinho do Porto, através da análise estatística das suas formas, dimensões, cores, grafismos... assim procurando mapear na sintaxe, semântica e pragmática das suas comunicações, o esclarecimento necessário à compreensão da sua identidade enquanto produto comercial.

Não se trata de reduzir a identidade deste produto a um único modelo gráfico, mas antes de contribuir consistentemente para a construção do necessário reconhecimento tipológico do produto e assim para a sua sobrevivência comercial em situação de concorrência com as restantes ofertas de bebidas alcoólicas, nomeadamente outras marcas de ‘abafados’ ou ‘licorosos’.

A relevância do presente estudo decorre da sua potencial utilidade prática como instrumento auxiliar de projecto para quem no futuro se encontre em situação de desenhar novas embalagens para o Vinho do Porto.

## Estrutura da dissertação

Esta dissertação comporta na sua estrutura, para além da introdução, três capítulos, sendo o primeiro a história do produto e dos seus contentores, o segundo a análise da amostragem que permitiu construir a identidade visual do produto e os seus retratos robot e finalmente um pequeno texto conclusivo deste estudo.

Na primeira fase deste estudo, referente à história, foram abordadas três temáticas:

Da primeira consta uma abordagem cronológica e cultural ao aparecimento e percurso do vinho (através de registos pictóricos e escritos) e a importância que revelou nas diferentes comunidades/culturas, sobretudo nas mediterrânicas. Desde a Mesopotâmia, Egipto..., passando pela Antiguidade grega e romana (grande difusora deste produto) e Idade Média... foi notória a importância que o vinho revelou nas diferentes épocas e/ou diferentes comunidades.

Na segunda parte foi realçada a importância que o Vinho do Porto tem mantido durante séculos no contexto cultural e socio-económico português; as alterações que se verificaram na região do Douro, na produção e comércio deste vinho, assim como as alterações urbanas sofridas na cidade do Porto.

Ainda do ponto de vista histórico, foi realizada uma abordagem ao contentor vinário e a evolução que foi sofrendo da antiguidade aos nossos dias, com particular destaque para a evolução da garrafa enquanto actual contentor privilegiado de Vinho do Porto, e construtor da identidade deste produto.

Na segunda fase, esta dissertação aborda a identidade do Vinho do Porto, e o conjunto de características que o individualizam. Esta identidade foi considerada em duas vertentes distintas: por um lado, a vertente técnica que é a responsável pela qualidade do produto, e por outro, a vertente visual. São estas as duas vertentes com que o consumidor/fruidor se relaciona quando adopta o produto.

Na sua identidade técnica foram abordadas algumas características que tornam o Vinho do Porto um caso particular, como por exemplo: 'terroir', fisiografia, clima, castas empregues para a produção do vinho, fabricação, transporte, estágio para envelhecimento, bem como as diferenças entre as diversas categorias e estilos.

A identidade visual do Vinho do Porto é suportada pelas suas embalagens em legítima herança cultural antiquíssima e assistida pela comunicação actual. Esta análise foi feita através de uma evolução diacrónica nos argumentos retóricos graficamente invocados nos seus rótulos (rótulos históricos dos arquivos do IVDP - Instituto dos Vinhos do Douro e Porto – entre 1933 a 2007) e uma evolução sincrónica centrada na interpretação gráfica actual dos signos visuais do Vinho do Porto, a partir da representação das marcas seleccionadas e incidindo particularmente nas características eleitas como mais relevantes para esta identificação (tamanho, cor e forma do contentor, características de encapsulamento; dimensões, cores e tipografias dos rótulos...). Esta amostragem foi tratada, através da análise estatística das características consideradas relevantes, sob três perspectivas de produto: a Identidade Visual das diferentes categorias de Vinho do Porto, dos seus estilos considerados pelo IVDP (branco, ruby e tawny) e ainda do Vinho do Porto (enquanto produto genérico). Partindo desta análise foi possível construir os diferentes retratos robot das categorias e estilos de Vinho do Porto.

A terceira e última parte consta de um pequeno texto de síntese em que são abordadas as conclusões sobre a identidade visual do produto Vinho do Porto. Destas conclusões foi permitido construir aquilo que seria o seu retrato robot, que não vê garantida a singularidade da sua identidade, pelo que se evidencia imperativa uma reflexão mais aprofundada sobre a imagem de um dos maiores produtos de divulgação nacional.

# História



Na primeira parte deste estudo, relativamente à história, foram abordadas diferentes temáticas: o vinho, o vinho do porto e o vasilhame vinário.

Da temática do vinho, consta uma abordagem cronológica e cultural do seu aparecimento na região do crescente fértil, do desenvolvimento da viticultura na orla do mediterrâneo e da importância do vinho para as diferentes culturas. Dos primeiros registos existentes, constam-se os pictóricos do antigo Egipto, mas também se tem conhecimento de referências às suas propriedades terapêuticas e 'alegóricas' nas mais diversas culturas. Foi adorado pelos povos da antiguidade clássica, gregos e romanos, que lhe consagraram deuses, mas também das comunidades árabes, que apesar da religião não permitir o seu consumo, nunca deixou de ser consumido ou referido em documentos; na idade média transformou-se num dos mais importantes produtos das comunidades religiosas cristãs.

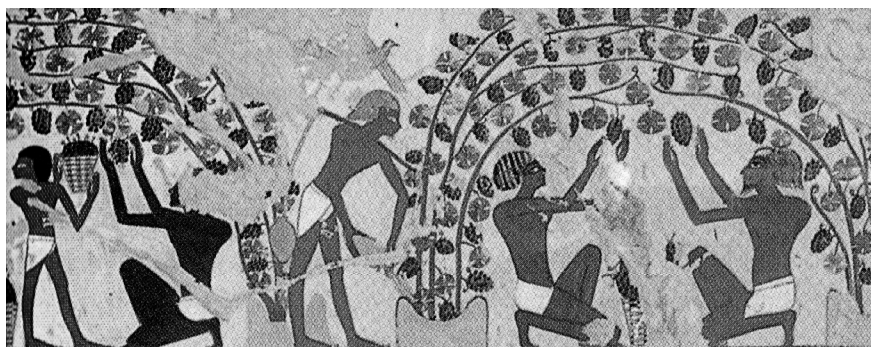
Na segunda temática, foi realçada a importância que o Vinho do Porto tem mantido no contexto cultural e socio-económico português; as transformações que a sua produção provocou na região do Douro e as crises por que passou; a produção deste vinho, o seu comércio e as consequentes alterações urbanas que a cidade do Porto sofreu, fruto desse comércio. A assimilação social e a influência que estrangeiros de diferentes origens, ligados ao comércio, tiveram na vida e hábitos da cidade do Porto e do país em geral.

Foi ainda abordada, sob o ponto de vista da história, uma pequena evolução do contentor vinário da antiguidade aos nossos dias. Foi dado maior destaque à evolução da garrafa por ser o privilegiado e exclusivo contentor actual do Vinho do Porto, e um forte construtor da sua identidade visual.

# História do vinho

## 1.1 Do Vinho

*'Os egípcios não foram os primeiros a cultivar vinhas e a fazer vinho. Mas foram, por certo, os primeiros – que se saiba – a fazer registos escritos e a representar as fases do fabrico do vinho em pinturas directas, sem quaisquer ambiguidades...'*<sup>1</sup>



Representação egípcia de uma vindima

O vinho tem tido uma importância histórica e/ ou religiosa desde os primórdios da cultura da humanidade.

Não é difícil explicar as razões que o levaram a assumir o destaque que teve no ocidente, sobretudo por estar associado aos costumes e celebrações religiosas.

Desde os tempos mais remotos que existem registos da presença do vinho, mas tendo ‘nascido’ antes da escrita, a sua origem é pouco clara e simultaneamente contada sob pontos de vista muito distintos, consoante a origem antropológica dos seus narradores. Para os judaico-cristãos foi Noé quem plantou a primeira vinha e fez o primeiro vinho, mas segundo a perspectiva dos gregos, esta bebida foi uma dádiva dos deuses; para outros povos, as histórias foram sendo readaptadas de acordo com as suas tradições e crenças.

Os enólogos atribuem-lhe uma origem ‘acidental’, talvez pelo esquecimento de uvas esmagadas num recipiente, e cuja definição erudita e convencional o descreve como ‘*o sumo de uvas fermentado naturalmente*’<sup>2</sup>; mas, foi necessária a sedentarização do Homem para que se desenvolvesse o cultivo da vinha. O vinho é reconhecido pelas propriedades espirituais e terapêuticas que tiveram grande importância para os nossos antepassados - ao longo da História foi o único anti séptico natural disponível - era aplicado directamente nas feridas ou usado para purificar a água potável, até aos finais do século XIX.

Sabe-se que as primeiras comunidades urbanas tiveram a sua origem na região do médio-Oriente e que nesta região eram mais frequentes as searas que as vinhas. Peynaud<sup>3</sup> refere terem sido os sumérios (povo da região da Mesopotâmia) quem, 3000 A.C., deu a conhecer o vinho aos egípcios, gregos e romanos; Hugh Johnson<sup>2</sup> refere que não tendo sido os egípcios os primeiros ‘a cultivar vinhas e a fazer vinho ... foram, por certo, os primeiros – que se saiba – a fazer registos escritos e a representar as fases do fabrico do vinho em pinturas directas, sem quaisquer ambigui-

1- Johnson's, Hugh, 'A história do vinho', ed. Litexa, 1999; pág. 24

2- Johnson's, Hugh, 'A história do vinho', ed. Litexa, 1999; pág. 10

3 - Peynaud, professor de enologia na universidade de Bordéus, considerado o pai da enologia moderna, falecido em 2004

*dades...que nós hoje podemos testemunhar de modo tão claro*<sup>4</sup> ocorridas entre 3000 e 6000 anos atrás! Nas civilizações e religiões mais antigas, sobretudo das regiões da Europa ocidental ou do médio oriente, são frequentes os registos alusivos ao vinho ou à viticultura.

Para os faraós egípcios era comum oferecer vinho ou queimar vinhedos por devoção aos deuses; usavam o vinho em rituais e festas de todos os tipos e era consumido em abundância durante as festividades religiosas. Este foi um dos produtos com maior responsabilidade no incremento que o comércio deste país sofreu.

No Talmude, segundo Hugh Johnson's, *'Onde quer que falte o vinho são necessárias drogas'*<sup>5</sup>, manifestando com alguma ingenuidade a euro centralidade de uma visão moral que condena os demais processos étnicos de alienação artificial. O recurso ao vinho e aos destilados de fruta estão fortemente presentes na cultura europeia do sul, sobretudo pelo prolongado domínio romano que assumirá no período da sua evanescência (no primeiro milénio) um eficaz condutor do cristianismo.

No 'Cântico dos cânticos', texto compilado no Antigo testamento da Bíblia católica e atribuído ao rei Salomão (filho do rei David e de Bate-Seba, que reinou de 1009 a 922 A.C, e a quem se atribui um reinado de pacificação), há cerca de 3000 anos, já se encontram diversas referências às qualidades sensoriais do vinho e sua cultura:

*... 'Puseram-me a guardar as **vinhas**; A minha própria **vinha** não pude guardar (1.6); Tuas carícias são mais deliciosas que o **vinho** (3.10); comer do favo de mel, beber **vinho** e leite (4.1); não lhe falte **vinho** mesclado (6.3); na tua boca com **vinho** generoso (6.10); entregou a **vinha** a cultivadores (6.11); dar-te-ei a beber **vinho** aromático e suco de minhas romãs (8.2); madrugaremos para ir aos **vinhedos** (13.5) '*

Mas, não foram somente os judeus a deixar registos escritos sobre o vinho, também um outro texto de origem indiana do séc. VI AC, refere que 'esta bebida desperta o apetite traz a felicidade e facilita a digestão'<sup>6</sup>.

Cerca de 2500 A.C. o vinho era exportado pelos fenícios para as zonas do Mediterrâneo, da África e também para alguns reinos da Ásia, mas foi há 4000 anos que a viticultura foi implementada na Grécia e ao longo da costa mediterrânica, transformando-se num produto vital para o desenvolvimento económico-cultural deste país. Foi também na Grécia que se 'democratizou' o consumo do vinho, estendendo-o a todas as classes

No século II a I A.C., a partir da chegada dos etruscos (oriundos da Ásia Menor), os territórios da actual Itália foram contaminados pela viticultura, . Existem documentos que revelam a expansão do vinho no Império Romano, feito a partir de Roma em 753 A.C. No entanto, as características organolépticas do produto, nessa época, eram em tudo diferentes das actuais: o vinho apresentava uma aparência de xarope espesso e turvo cujo consumo obrigaria à sua filtragem e dissolução em água.

No período abrangido pelo Império Romano, a viticultura era feita em terras do interior e também nas regiões conquistadas. A 'cultura romana' impôs-se às culturas dominadas, colonizando territórios como a Grã-Bretanha, a Alemanha e a França (que hoje se identifica como o 'lar do vinho').

As incessantes invasões feitas pelos povos bárbaros a Roma, obrigaram o Império a descuidar o controlo administrativo das províncias, até à sua desmobilização total, resistindo organizado apenas em Constantinopla (Império Romano do Oriente).

Com o desaparecimento do Império Romano do ocidente, no século V (476 D.C.) a cultura

vinícola passaria a sofrer um desenvolvimento fragmentário que a cristianização irá valorizar no

4- Johnson's, Hugh, 'A história do vinho', ed. Litexa, 1999; pág. 24

5- Johnson's, Hugh, 'A história do vinho', ed. Litexa, 1999; pág. 11

6- Johnson's, Hugh, 'A história do vinho', ed. Litexa, 1999; pág. 11

futuro. No processo de decadência do império romano, os cavaleiros visigóticos terão ocupado gradualmente as células administrativas do império, herdando o seu domínio aristocrático. Depois de convertidos ao cristianismo, e com o contributo dos suevos (nas bases populares), constituirão os alicerces para a cristianização europeia, através da fundação de comunidades conventuais e monásticas, onde se produzirá o principal conhecimento técnico e científico durante toda a idade média.

Quando o Constantino se converteu ao cristianismo, no século IV, a Igreja fortaleceu-se, enquanto instituição, e o vinho veio a assumir um enorme destaque na liturgia cristã, que o associava ao sangue de Cristo na celebração eucarística. Mas, não foram apenas os cristãos a deixarem-se seduzir por este produto. Embora a partir do século VII a Península Ibérica tenha sofrido a invasão árabe de cultura islâmica que condenava o consumo de álcool, os seus territórios não deixaram de produzir vinho, que aí se cultivava antes das invasões, e existem referências ao vinho, nos poemas de poetas árabes peninsulares.

‘(...) SIM,/bebi o vinho derramando luz  
enquanto a noite despia o seu sombrio manto’

Al-Mu’tamid de Beja

‘(...)quando ofereceres aos que estão presentes  
o vinho ardente que nas faces sentes  
(como o copeiro as taças em redor)  
não deixo de beber tal rubor.  
Esse vinho é tornado generoso  
por quem, ao olhar-te, lhe confere cor  
enquanto o outro o torna gostoso  
nos ágeis pés do vindimador’

Ibn Habîb, de Silves.

Na cultura muçulmana registam-se notas sobre vinho; o médico pessoal do Sultão Saladino, no século XII, descrevia o vinho a as suas propriedades, salientando que *‘todos os médicos sabem muito bem que o melhor dos alimentos é aquele que a religião Muçulmana proíbe: ou seja, o vinho!.. Digere-se facilmente e ajuda a digerir os outros alimentos. São muitos os benefícios do vinho, se consumido com a devida conta, pois mantém o corpo são e cura muitas doenças. Mas a sabedoria necessária para o beber, as massas não a têm! O que querem é embriagar-se; e essa intoxicação é maléfica’*<sup>7</sup>

Na igreja católica, muitos dos primeiros bispos viram o seu nome associado à História do Vinho e da viticultura, como por exemplo São Martinho a quem é atribuída a introdução da vinha no Touraine (Hungria), ou ainda São Gregório (bispo de Tours), São Germano (bispo de Paris), Santo Ermelundo e Santo Didier que plantaram vinhas no Loire e em Cahors respectivamente. Mas, *‘os bispos cedo se viram confrontados com o crescente poder dos Mosteiros’*<sup>8</sup> na Idade Média. Por via dos mosteiros das principais ordens religiosas europeias, a Igreja tornou-se proprietária de extensos vinhedos e, durante o reinado de Carlos Magno, verificou-se a unificação e consolidação de norte a sul do território europeu, também conhecido por sacro Império Romano. Neste reinado *‘foram fundadas duas grandes abadias beneditinas’*<sup>9</sup>, às quais se ficaria a dever o plantio de gigantescas

7- Jonhson's, Hugh, 'A história do vinho', ed. Litexa, 1999; pág. 103

8- Jonhson's, Hugh, 'A história do vinho', ed. Litexa, 1999; págs. 97

9- Jonhson's, Hugh, 'A história do vinho', ed. Litexa, 1999; págs. 117

extensões de vinha, *'aumentando o seu património fundiário'*<sup>10</sup>, com *'o zelo e o perfeccionismo que São Bernardo exigia em tudo'*<sup>11</sup>.

Nesta época surgem importantes mosteiros franceses nas regiões da Borgonha e Champagne, que foram o berço de vinhos de grande qualidade.

Embora haja claros vestígios de produção vinícola romana nas encostas do Douro, a sua produção agrícola sistemática e organizada só se verificará a partir do século X.

'Com a sua independência de Portugal, em 1143, e a progressiva expulsão dos muculmanos da península, D. Afonso Henriques socorreu-se dos monges de Cister para ocupar o território e desenvolvê-lo'<sup>12</sup>, e 'pode-se dizer que a expansão da vinha foi durante a Idade Média resultado da acção dos mosteiros cistercienses, sobretudo no Douro...'<sup>13</sup>

No tempo das cruzadas (século XII), grandes grupos de peregrinos deslocavam-se da Europa a Jerusalém para celebrar e proteger o templo sagrado. Veneza era uma cidade italiana situada na rota da Terra Santa e consequentemente um local privilegiado para servir os peregrinos. No topo da lista de mercadorias aqui transaccionadas encontrava-se o vinho, e os fortes vinhos mediterrânicos (fortes em açúcares transformados em álcool, conservavam-se melhor em viagem longas sem azedar), passaram a poder ser exportados por via marítima (devido ao controle do mar por parte dos italianos) ... *'por todos os caminhos por onde passassem, havia facilidade de comprar vinho... redescobrimo a sua doçura e forte graduação, tão apreciadas pelos antigos, mas que o norte desconhecia'*<sup>14</sup>.

Os vinhos eram transportados com grandes lucros, nas galeras venezianas e genovesas, mas foi Veneza quem se impôs neste comércio/transporte, consolidando o monopólio da rota que, passando por Gibraltar, ia dar a Lisboa, depois a Londres e à Flandres. Veneza funcionava como entreposto entre o Oriente e o Ocidente e foi, sem dúvida, o grande empório vinícola do mediterrâneo. Porém, em meados do século XV, esta posição ficou ameaçada pela conquista de Constantinopla pelos turcos. Também Bordéus no século XII estava sob domínio inglês, sendo definitivamente reconquistada por França apenas no século XV (1451).

Em finais do século XVI, a Inglaterra entrou em conflito económico e militar com Espanha. Estas guerras influenciaram negativamente os negócios dos vinhos e o transporte marítimo para o norte da Europa, onde os vinhos mediterrânicos eram bastante procurados. A alternativa ao transporte marítimo entre o sul e o norte da Europa era feita através do rio Danúbio, mas sujeita a avultadas taxas alfandegárias.

Ainda que tendo perdido durante oitenta anos a soberania a favor de Espanha, a Holanda constituirá (no século XVII) o domínio portuário europeu. Tal como Veneza, a Holanda enriqueceu a distribuir os mesmos produtos, mas com a vantagem de servir de intermediária com países do Báltico, do mediterrâneo e das Índias.

O volume de negócios deste país era tão elevado e diversificado que o negócio do vinho acabaria por sofrer uma enorme queda comercial, ainda que tenham sido os holandeses, os grandes responsáveis pelo seu aperfeiçoamento, produção e distribuição.

A guerra dos trinta anos (1618- 1648) provocará na sua fase final, uma enorme desmobilização de mão-de-obra, com graves consequências no volume de produção vinícola. Em consequência, os comerciantes holandeses prospeccionam novos fornecedores na costa ocidental de França, Espanha (Xerez e Málaga, Alicante e ilhas Canárias) e em Portugal, comprando pela primeira vez Vinho do Porto em 1675.

No século XVIII, em Londres, a introdução de bebidas exóticas como o chá e o café, provo-

10- Jonhson's, Hugh, 'A história do vinho', ed. Litexa, 1999; págs. 117

11- Jonhson's, Hugh, 'A história do vinho', ed. Litexa, 1999; págs. 130

12 - Salvador, António José, 'ABC dos vinhos, o que contar' in revista Visão, Outubro 2007

13 - - Salvador, António José, 'ABC dos vinhos, o que contar' in revista Visão, Outubro 2007

14- Jonhson's, Hugh, 'A história do vinho', ed. Litexa, 1999; págs. 153

caram um decréscimo no consumo dos vinhos, com exceção para o Vinho do Porto e o Palhete que eram consumidos nos *'clubes de cavalheiros'*. Foi com a Revolução Industrial que a produção de vinhos ganharia novas escalas de quantidade e qualidade técnica, facultando aos mercados o aumento do consumo (devido à redução de custos). A produção vinícola sofreu muitos progressos não só com a tecnologia mecânica, mas sobretudo com a química e a genética, elevando a sua qualidade e sabor, desenhado para agradar a qualquer paladar - Goethe, o poeta romântico e viajante alemão do século XVIII, escreveu *'Os ricos querem vinho bom e os pobres querem muito vinho'*!



# História do Vinho do Porto



## 1.2 Do vinho do Porto

Em algumas das marcas internacionais de vinho, a sua origem é pouco detalhada para o consumidor, sendo mais importante o resultado final das misturas que modelam o sabor do que a personalidade e genuinidade da origem. Esta personalidade advém da sua proveniência, e o seu carácter faz-se numa determinada região. O 'terroir' contribui para a singularidade de um vinho, ou seja, as condições naturais particulares, como o sol, o solo, a terra, a água, o clima... são impossíveis de mimetizar, por isso, *'demarcar significa dar identidade'*<sup>15</sup>

Mas nenhum vinho é um produto exclusivo e directo da natureza; actualmente são o resultado de um 'apuramento' do gosto, bem como da evolução de métodos de produção e conservação. São, enfim, o produto de sofisticado artificialismo.

O Vinho do Porto é consequência de uma conjugação entre 'terroir', produtores durienses e mercadores ingleses, que teve início entre o séc. XVI ou XVII. Mas foi a 'natureza' criada pela mão do homem - criando socacos e muros de suporte - e o 'terroir' que constituem no Vinho do Porto o seu valor distintivo, tal como Hugh Johnson refere: 'em nenhum outro local do mundo, a cultura da vinha foi tão difícil como no Douro'. A paisagem é um profundo reflexo da humanização, e segundo Gaspar Martins Pereira, testemunho de uma 'viticultura heróica', ou ainda segundo Manuel Guilherme Costa, 'reflecte séculos de trabalho que a transformaram na grandiosidade manifestada e onde foram *'milhares de vidas gastas a erguê-los'*.



Apesar do início da viticultura na região ser pouco claro, desde há séculos que a produção agrícola da região do Douro é orientada no sentido do Vinho do Porto, e foi a sua produção e comércio que construíram a notoriedade do Alto Douro.

Como a região vinhateira se organiza em torno das margens do rio Douro e seus afluentes, é natural que tenha tomado por designação o nome da cidade portuária que lhe estava a jusante. A cidade do Porto que, na Idade Média já era um burgo florescente mantendo comércio marítimo com outros portos europeus, desenvolve nesta época importantes relações comerciais com a Inglaterra, aqui recebendo a primeira colónia inglesa, ao abrigo de antigas e importantes alianças e tratados de amizade, desde D. João I.

15- Barreto, António, 'Douro' – Ed. Inapa, 1993

O rio Douro era para a cidade, a maior via de comunicação de produtos e gentes com a 'hinterland' <sup>16</sup> duriense.



embarque de pipas no Porto

No século XVI, na região do baixo Corgo, os conventos do Douro (S. Pedro das Águias, S. João de Tarouca e Santa Maria de Salzedas) já investiam na viticultura, e produziam um '*vinho generoso, o vinho de pé, como então lhe chamavam, envelhecido e aromático*' <sup>17</sup>, ainda que distinto do actual Vinho do Porto.

No século XVII, o Vinho do Porto iniciou a sua expansão comercial, com a exportação de vinhos tratados do Douro para Inglaterra e alguns países do Norte da Europa, consolidando-se a prática da aguardentação dos vinhos, como conservante para resistirem às viagens marítimas. Verificou-se então que, ao interromper a fermentação natural, o vinho perdia alguma da sua acidez e conservava uma grande parte dos açúcares do mosto, adquirindo maior delicadeza e intensificando-se o aroma. Nascia então o 'Vinho do Porto' (assim designado pela primeira vez em 1675 por Duarte Ribeiro de Macedo), que passou a ser conhecido pelo nome da cidade exportadora, e pela sua actual designação, oitenta e um anos antes da primeira demarcação mundial de uma região vinícola, conferida pelo Marquês de Pombal. Contrariamente aos grandes vinhos que adquirem a denominação da região à qual pertencem, a cidade do '*Porto pôde conhecer, em parte devido a essa função, um desenvolvimento urbano inigualado em toda a Ibéria atlântica*' <sup>18</sup>

Foi neste período que a cidade do Porto mais se desenvolveu, pois eram atraídos à urbe muitos comerciantes estrangeiros, acabando alguns por aí se fixarem. Começou então a crescer a fama do vinho generoso do Douro, e '*as exportações subiram bruscamente; começaram então a ser objecto de estatísticas rigorosas, visto que a sua importância económica adquiria uma amplitude sem precedentes*' <sup>19</sup>.

Durante o séc. XVIII, o rei inglês Carlos II, casado com a Infanta D. Catarina de Bragança, decretou o embargo aos vinhos de Bordéus, devido às elevadas taxas cobradas, oportunidade que favorecia a afirmação do Vinho do Porto, transformando-o no principal produto de exportação portuguesa, e no melhor aliado diplomático de Portugal. A Inglaterra, seu principal cliente, assina pela

16- áreas próximas de porto, que possuem armazéns e equipamentos para o embarque e desembarque da cargas, bem como as rodovias e ferrovias que o ligam a outras localidades

17- AAVV, Gaspar Martins Pereira, 'Autour do Porto' – ed. ICEP, Lisboa, 1997, pág. 14- Manuel Guilherme Costa

18- AAVV, Gaspar Martins Pereira, 'Autour do Porto' – ed. ICEP, Lisboa, 1997, pág. 23- François Guichard

19- AAVV, Gaspar Martins Pereira, 'Autour do Porto' – ed. ICEP, Lisboa, 1997, pág. 28/29- François Guichard

mão de D. Pedro II com o embaixador inglês John Methuen, o tratado comercial de Methuen (1703), que permitia a entrada de tecidos ingleses em Portugal, isentos de impostos (em detrimento da própria indústria nacional), em troca da importação dos vinhos portugueses, taxados a dois terços dos vinhos franceses. A rápida procura do vinho nacional criada pela abertura das novas condições de exportação, provocaria uma desqualificação, ou mesmo adulteração, do Vinho do Porto questionando a sustentação da cultura da vinha e a defesa da reputação dos seus produtos. Era urgente a tomada de medidas legislativas.

Na década de 40 (entre 1740 e 1744), Sebastião José de Carvalho e Mello, ocupou o cargo de Embaixador da Coroa portuguesa em Londres antes de exercer funções como Primeiro-Ministro de D. José I. Enquanto governante usou de um poder ditatorial e interessou-se particularmente pela região do Porto, cidade em que a actividade comercial assumia na vida nacional uma importância crescente. Os grandes proprietários do Douro foram confrontados com pequenos produtores que compravam vinho fora da região, vendendo-o aos exportadores britânicos como sendo do Porto. Aqueles recorreram ao Marquês de Pombal que *'apoioando-se na ideologia de protecção de uma minoria para fazer face à concorrência estrangeira, rapidamente deu solução à fidalguia do Alto-Douro'*<sup>20</sup>.



Sebastião José de Carvalho e Mello (Marquês de Pombal)

Em 1755, Bartolomeu Pancorbo, Frei João de Mansilha e Luís Belleza de Andrade, deram início junto do Marquês, às diligências que levaram à criação da Companhia Geral da Agricultura das Vinhas do Alto Douro. Criada a 10 de Setembro de 1756, foi estrategicamente concebida para que *'tentasse arrebatat à feitoria britânica o controlo da fiscalização de Vinho do Porto'*<sup>21</sup>, através da elevada reputação dos vinhos distribuídos sob a sua tutela. Os seus principais objectivos eram a demarcação da região (constituindo a primeira experiência de demarcação geográfica do mundo), a fiscalização dos vinhos de embarque, a passagem de guias de trânsito para os vinhos, a estabilização de preços e qualidade nos vinhos, o privilégio nas vendas dos vinhos para a cidade do Porto e arredores, e o privilégio no fabrico e fornecimento de aguardentes. Com o edital de 30 de Agosto de 1757, a Companhia proibiu a utilização de estrumes na vinha, de baga de sabugueiro na preparação do vinho, bem como a mistura de uvas brancas e tintas. Em 1757, demarcou oficialmente a região com uma área de 2500 Km<sup>2</sup> para produção de Vinho do Porto e delimitou-a com 355 marcos de granito, assinalando assim a área de produção dos melhores vinhos, designando-a por

20- Texto do Museu do Vinho do Porto

21- Silva, Ribeiro da (Oliveira Ramos) 'História do Porto', Porto Editora, Porto, 2000, pág. 282

Feitoria. *'Desde o século XVIII que o vinho do Douro, mais propriamente o Vinho do Porto, é aquele que provém de uma região bem definida'* <sup>22</sup>. Nesta demarcação estavam inscritas as melhores vinhas que já pertenciam a algumas ordens religiosas e casas senhoriais. A demarcação da região de produção criava assim um conjunto de alvarás que considerava quer a sub-região de produção (variando de acordo com a altitude e exposição solar) quer limitando a quantidade de vinho por unidade de área (benefício). Os pequenos produtores, não tendo alvará de produção, viam-se obrigados a vender o seu produto às grandes casas, por vezes em condições muito desfavoráveis. Foram criadas duas zonas de produção, distinguindo os produtos 'vinho de ramo' (vinho corrente de mesa) e vinho de 'feitoria' (de qualidade superior e tratado para exportação).

Para além das garantias sobre a qualificação (da produção), que a nova legislação vinha suportar, foi instituída uma plataforma única para a sua venda e distribuição. Com a criação desta entidade ficava garantida a fiscalização da qualidade do produto e a sua comercialização a grosso (exportação) ou a retalho (tabernas na região do Porto e áreas circunscritas). O rigor das fiscalizações sobre o comércio regional de vinho, quase erradicou as tabernas existentes na cidade do Porto (encerrando 94%), circunstância que provocaria uma sublevação das classes trabalhadoras, revoltando-se contra a referida Companhia e 'obrigando-a' a decretar liberdade na comercialização dos vinhos, recuperando a legislação anterior. Em reacção, o Marquês de Pombal condenou à morte muitos dos revoltosos, enviando degredados para África e Índia portuguesas.

Como refere Gaspar Martins Pereira, nesta época os principais proprietários de vinhas no Douro eram também proprietários de grandes equipamentos, instalações, barcos, tendo sido responsáveis por algumas das maiores alterações na malha urbana do Porto, em consequência da sua dupla residência rural e urbana. Estas famílias da nobreza rural (Fonseca Guimaraens, Belleza de Andrade, Cunha Pimentel, Ferreira, Sousa Guedes, Nicolau de Almeida...) construíram na cidade do Porto casas - arquitectura neopalladiana - alterando consideravelmente a malha urbanística da cidade. Ligados ao comércio do Vinho do Porto, estavam também estrangeiros (Croft, Kopke, Sandeman, Burmester, Andresen, Van Zeller, Symington...) que trouxeram com eles novos hábitos e processos construtivos à cidade. Até então não existiam grandes palácios ou mesmo solares e a monumentalidade da arquitectura, anteriormente reservada a ofícios religiosos, é agora requerida pela alta burguesia como meio de afirmação estatutária.

*'Ao longo dos séculos XVII e XVIII, a cidade assemelhava-se a um 'estaleiro' de artistas e artífices, que produziram um significativo conjunto de obras de alto valor estético'* <sup>23</sup> provocando uma verdadeira transformação urbana, que ficou conhecida por *'arquitectura do vinho'* <sup>24</sup>. Fruto desta época a cidade apresenta alguns dos mais representativos exemplares do Barroco (Igreja e Torre dos Clérigos, fachada da Igreja da Misericórdia e no Palácio do Freixo, obras de Nicolau Nasoni) tanto a nível arquitectónico como das artes decorativas (azulejaria e talha dourada, temas vitícolas).

As relações com Inglaterra acabaram por deixar a sua tónica na arquitectura neoclássica da cidade, fortemente influenciada pelo arquitecto inglês John Carr.

Quando o Marquês de Pombal assume a presidência do governo, delega no seu primo João de Almada e Mello a administração da cidade, após a revolta popular de 1757. Em 1763 criou a Junta das Obras Públicas, que se encarregou de realizar projectos e obras na cidade, financiadas por impostos pagos sobre o comércio do vinho. Contratou os Almadás, João de Almada e Mello e Francisco de Almada e Mendonça (filho), que proporcionaram grandes alterações urbanas na cidade (eixo Rua do Almadás, Praça dos Lois, Rua das Flores e tratamento de toda a Praça da Ribeira). Esta reorganização tornar-se-ia essencial, devido ao progresso crescente da cidade, em

22- Barreto, António, 'Douro' – Ed. Inapa, 1993

23- Texto do Museu do Vinho do Porto

24- Era pago um imposto de 'um real por cada quartilho de vinho consumido na cidade', 'História do Porto', Porto Editora, Porto, 2000, pág 378



consequência das exportações do Vinho do Porto. Assistia-se a uma nova concepção urbana convergente com os ideais iluministas de racionalidade, regularidade, higiene, luminosidade e conforto, para os quais contribuiu também o espírito britânico do arquitecto amador e cônsul no Porto, John Whitehead. O aparecimento de edifícios de influência estrangeira - fruto da amizade existente entre João de Almada e Mello, então Presidente da Junta das Obras Públicas, e Whitehead – como o arranjo da Praça da Ribeira e o projecto da casa da Feitoria - edifício que introduziu na cidade o neopalladianismo (edifícios de fachadas lisas, com pórticos e frontões clássicos, janelas de guilhotina...) que então imperava em Inglaterra, o Hospital de Santo António, projectado pelo já referido John Carr, a antiga Cadeia da Relação e o Palácio da Bolsa entre outros.



Hospital de Santo António - John Carr

Também nas artes decorativas os gostos vão seguir as tendências inglesas, mas assumindo um carácter inovador, proporcionado pelas matérias-primas exóticas oriundas das colónias ultramarinas.

Ainda no séc. XVIII (1777) *'com a morte do rei D. José e a subida ao trono de D. Maria I, iniciou-se uma nova fase na vida política nacional, que ficaria conhecida por 'viradeira'. Pombal demitiu-se e foi desterrado para fora da capital'*<sup>25</sup>. No início dos anos 80, as exportações de Vinho do Porto para Inglaterra aumentaram e, simultaneamente, abriram-se outros mercados, sobretudo para o Báltico (S. Petersburgo), verificando-se, também, um incremento nas exportações para o Brasil. A partir de 1793 os vinhos franceses perdem o espaço conquistado no mercado Inglês, fruto da guerra entre os dois países, recuperando, após a guerra, uma posição comercial mais forte. Por sua vez, os vinhos espanhóis como o Xerez, tinham já também conquistado espaço no mercado britânico, disputando-o com o Vinho do Porto.

Ainda no séc. XVIII, a região demarcada era dominada pela monocultura, o que acentuava o fosso entre os grandes proprietários (nos quais se incluía o clero) e o povo. Entre estas duas classes existia a dos rendeiros que, com a instauração do liberalismo, consolidava a sua posição social, acedendo à aquisição de grandes propriedades.

Nos armazéns em Gaia, começava-se a adicionar um pouco de aguardente ao vinho de mesa. *'Esta 'prática da beneficiação', que faz dele um vinho generoso, só iria generalizar-se progressivamente e, sobretudo, após a vindima de 1820.*

A importância do Vinho do Porto, na economia e relações externas de Portugal, vai originar

25- Martins Pereira, Gaspar, 'O Douro e o Vinho do Porto de Pombal a João Franco' Ed. Afrontamento, Porto, 1991 pág. 120

a introdução, na área demarcada, de vinhos de outras procedências, novas plantações e novos processos. Ainda que prevaricando a lei, mistura-se baga de sabugueiro para produção de vinhos tintos; estas adulterações levaram a quebras na exportação e nos preços de produção, assim como ao avolumar de stocks no Douro e em Gaia, facto que provocou uma das grandes crises do Douro.

Nestes finais do séc. XVIII, os vinhos de exportação estagiavam, em armazém cerca de três anos, para a sua maturação.

A revolução industrial do século XIX originou alterações nos hábitos e na estrutura social, que refortalecia o paradigma urbano, em detrimento da rural. O Porto sofre nesta altura um considerável desenvolvimento comercial e industrial, em parte provocado pelos negócios do Vinho do Porto. Durante as invasões francesas, de 1807 a 1811, o governo agravou os direitos sobre o vinho exportado conseguindo assim sustentar o exército. Em 1807, as tropas francesas invadiram Portugal obrigando a família Real a partir para o Brasil, onde chegou ao Rio de Janeiro em 1808. Durante a 2ª invasão francesa, as tropas britânicas, estacionadas no norte do país, relaxaram a fronteira, dando oportunidade a Soult para invadir o país em Março de 1809, avançando até à cidade do Porto. Os ingleses são obrigados a retirar da cidade, fixando a fronteira no rio Douro, onde consolidam a hegemonia inglesa.

Com a saída de D. João VI para o Brasil, o Príncipe-Regente assinou o decreto de abertura dos portos às nações amigas, que autorizava a abertura dos portos brasileiros a trocas comerciais com as nações 'amigas' de Portugal. Este decreto veio beneficiar imenso o comércio inglês, pois os produtos transaccionados com este país deixavam de ter Portugal como intermediário. A abertura dos portos brasileiros ao comércio inglês (1808) e o tratado luso-britânico de 1810 reflectiram-se de forma negativa no nosso comércio e as cortes vão retirar poderes à Companhia. *'Após 1810 reacendem-se as críticas à Companhia [...] e os princípios liberais, vitoriosos em 1820, atacam os (seus) princípios [...] retira-se à Companhia o privilégio da administração das obras públicas no Porto, o exclusivo da exportação de vinhos do Douro para o Brasil e o monopólio do fabrico de aguardente nas províncias do norte; estabelece-se um novo sistema de provas para classificação dos vinhos'*<sup>26</sup>. A declaração de independência do Brasil em 1822, que constituía o principal mercado dos vinhos durienses de segunda escolha, vai também fazer-se sentir nas dificuldades de escoamento do produto e reflectir-se na degradação das condições de vida na região.

A crise económica e institucional em Portugal continental agravou-se com a permanência da corte no Brasil, o que fortaleceu os ideais liberais do país, assim conduzindo à revolução do Porto de 1820. Em Março de 1809, o exército napoleónico foi travado no seu avanço sobre a cidade pelo conhecido acidente da Ponte das Barcas, ainda hoje popularmente celebrado na zona da ribeira do Porto. Dois meses depois, os duques de Wellesley e Beresford vencem a batalha do rio Douro reconquistando a cidade do Porto.



Ponte das Barcas

26- Martins Pereira, Gaspar, 'O Douro e o Vinho do Porto de Pombal a João Franco' Ed. Afrontamento, Porto) 1991, pág. 123/126

A abertura dos portos brasileiros às nações amigas, terá provocado iniciativas de protesto pela burguesia mercantil portuense (Revolução do Porto ou Revolução Liberal). A exigência do retorno da Corte ao reino, depressa se fez sentir promovendo o restauro da exclusividade de comércio com o Brasil, agora já em contexto de monarquia constitucional, atraindo ao burgo uma vasta comunidade mercantil estrangeira, atribuindo-lhe uma dimensão mais cosmopolita. Em 1832, o Porto será cercado pelas tropas miguelistas (lideradas pelo General Gaspar Teixeira), mas em 18 de Agosto, o Duque de Saldanha obtém uma brilhante vitória que os obrigará a levantar o cerco.

*‘Em 1823 no rescaldo da Vila-Francada - que repõe o regime absolutista, são restaurados os antigos privilégios e atribuições da Companhia [...] só na década seguinte, [...] os privilégios e poderes administrativos da Companhia virão a ser totalmente extintos’<sup>27</sup>.* Após quatro meses de euforia pela liberdade de produção e comércio, a Companhia é restaurada por mais vinte anos e a barra do Douro volta a ser exclusiva para os vinhos do Douro. O desaparecimento da fiscalização por parte da Companhia permite o aumento dos volumes de produção dos vinhos de fraca qualidade e a prática de falsificações tanto na região como em Inglaterra. As exportações de Vinho do Porto para este país decrescem enquanto aumentam as importações de Xerez – certas companhias como a Sandeman mantêm ainda hoje a duplicidade de interesses entre o Puerto de Santa Maria e o Porto de Gaia.

Restabelecida a Companhia em 1838 e apesar do aumento de produção vinícola, as exportações do Vinho do Porto não superam a concorrência internacional do Xerez, vendo-se, nos anos 40, ameaçada pelas pragas do oídio, dominadas dez anos depois. John James Forrester, iniciou o projecto de recartografar a região do Douro e navegabilidade do rio onde viria a perecer, vítima de naufrágio. Forrester deu um reconhecido contributo para a valorização do Vinho do Porto, defendendo os vinhos ‘secos’, sem adição de aguardente. Antónia Adelaide Ferreira fez fortuna (em plena carência causada pelo oídio) com a aquisição de enormes quantidades de vinho, que negociaria anos mais tarde com os ingleses, reposicionando os valores de produto que o monopólio da distribuição tentava desvalorizar.

Outro protagonista importante, na história do Vinho do Porto, foi Joaquim Pinheiro de Azevedo Leite Pereira, Senhor da Casa do Santo em Provezende, que com o aparecimento da segunda grande praga, a filoxera (nos anos 60), descobriu com sucesso que poderia enxertar castas tradicionais em cepas resistentes de vinho americano.

As pragas de 1850 (oídio) e de 1868 (filoxera) provocaram um aumento da procura e conseqüente aumento de preço; em 1888, já praticamente toda a região se encontrava atacada pela doença, a produção caíra para pouco mais de metade. Os elevados custos de replantação, dos adubos e insecticidas, arruinou muitos lavradores. Este período filoxérico foi um dos momentos de maior transferência de propriedade na região; muitos proprietários deixaram de cultivar as terras e abandonaram as vinhas, despovoando o território. *‘A compra é facilitada pela ruína de muitos lavradores e pela desvalorização do preço da terra.’<sup>28</sup>* Nesta época, o Brasil, após a crise comercial resultante da sua independência, vai reaparecer como um excelente mercado de procura do Vinho do Porto, provavelmente devido ao surto migratório ocorrido em meados desse século. Nas décadas de 70 e 80, as exportações para a Grã-Bretanha aumentaram e abriram-se novos mercados, diminuindo assim a dependência do mercado inglês que, durante duzentos anos, foi o ‘mercado exclusivo’ do Vinho do Porto.

Com a importação das cepas americanas, nos anos 80 e 90, o Douro sofreria nova praga, o míldio, originando uma renovada preocupação com a selecção de castas que possuíssem qualidades de conveniência à produção de Vinho do Porto. Nos finais da década de 80, as exportações voltaram a diminuir devido à enorme quantidade de vinhas jovens. Uma nova crise eclodiu na região,

27- Martins Pereira, Gaspar, ‘O Douro e o Vinho do Porto de Pombal a João Franco’ Ed. Afrontamento, Porto, 1991 pág. 123/126

28- Martins Pereira, Gaspar, ‘O Douro e o Vinho do Porto de Pombal a João Franco’ Ed. Afrontamento, Porto, 1991 pág. 58

provocando 'um clima de revolta latente nos agricultores, opondo-se aos interesses dos negociantes exportadores do Porto'<sup>29</sup>. Os agricultores reclamavam protecção regional e defesa dos vinhos durienses, 'a exclusividade da marca Porto para vinhos do Alto Douro, exige-se a restauração do exclusivo de exportação pela barra do Douro para esses vinhos, reclama-se uma nova demarcação do vinhedo duriense, e exageram-se mesmo, os efeitos benéficos da política protecção Pombalina'<sup>30</sup>. A elevação do clima de agitação social e a questão do Douro ganha uma dimensão nacional. As sequelas deixadas pelo tardio padecimento das mesmas pragas constituíram um factor de perda de concorrência para Portugal, ao ver o seu espaço comercial invadido pelos produtos de outros países já em antecipada recuperação da filoxera.

O mercado inglês, ao taxar impostos aos vinhos em proporção directa ao seu grau alcoólico (em 1881), agravará ainda mais os fortes vinhos ibéricos, provocando um deslocamento comercial para outras praças, como a francesa. Contrariando as expectativas, o novo mercado brasileiro não se revela, induzido pela corrupção comercial e falsificação sistemática do produto. 'As imitações do Vinho do Porto tornam-se abundantes nos nossos principais mercados, onde se vendem os Tarragona Ports, os Hamburg Ports, os French Ports, (...) a preços substancialmente inferiores aos Port Wines genuínos... numa reunião realizada no Porto em Dezembro de 1905, em que estiveram representadas dezanove casas estrangeiras exportadoras de vinhos (Cockburn; Smithes & Co.; Croft; Taylor, Fladgate & Yeatman; Smith; Woodhouse; Butter, Nephew & Co., Silva e Cosens, Offley, Cramp & Forrester, Sandeman & Co., W & J Graham, D.M. Fuerheed & Co, Van Zellers & Co, Delaforce, Gonzalez, Hunt, Kopke) foi aprovada por larga maioria uma moção que considerava que a denominação de Vinho do Porto deveria ser aplicada exclusivamente ao vinho produzido na região do Douro e carregado no Porto'<sup>31</sup>

A construção da linha de caminho de ferro do Douro, no reinado de D. Luís I (finais do séc. XIX) – Penafiel 1875 / Barca d'Alva 1887 - 'facilita a expansão do vinhedo no Douro superior, acelera a ligação ao Porto, introduzindo-se como elemento dinamizador nas aldeias e vilas durienses, alterando as noções de tempo e espaço tradicionais'<sup>32</sup>, com significativos incrementos à expansão e comércio de Vinho do Porto e revalorização regional do Douro. O comboio substituiu lentamente o rabelo (anexo 1), cujo termo de actividade vinícola só se verificará em meados do século XX, passando a desempenhar uma actividade de recreio turístico e de representação retórica da tradição cultural duriense.

A gradual elevação do conhecimento técnico sobre a vitivinicultura do Porto, no início do séc. XX, trouxe profundos contributos para a melhoria do produto nomeadamente estabelecendo rigorosos critérios de avaliação da matéria-prima, relativamente à sua posição geográfica<sup>33</sup>, limitando e hierarquizando as produções e distinguindo as exportações (vinhos de embarque). 'Após uma grande recessão, em 1907, João Franco, o Primeiro-ministro da época, tentou restabelecer o antigo prestígio do Vinho do Porto. Delimitou novamente a região, mas de forma ... administrativa.

Antes de 1907, a entrada dos vinhos das outras regiões era permitida assim como o cultivo em locais menos adequados. A qualidade do vinho diminuiu e por esse motivo o crédito do Vinho do Porto sofreu muito'<sup>34</sup>. Estas medidas foram necessárias para a recuperação do prestígio do vinho, restabelecendo a boa denominação de origem 'Porto'. A redemarcação da região, de João Franco em 1907 / 08 e o alargamento do mercado francês trouxeram novas empresas exportadoras.

29- Martins Pereira, Gaspar, 'O Douro e o Vinho do Porto de Pombal a João Franco' Ed. Afrontamento, Porto, 1991 pág. 132

30- Martins Pereira, Gaspar, 'O Douro e o Vinho do Porto de Pombal a João Franco' Ed. Afrontamento, Porto, 1991 pág. 132

31- Martins Pereira, Gaspar, 'O Douro e o Vinho do Porto de Pombal a João Franco' Ed. Afrontamento, Porto, 1991 pág. 156/157

32- Martins Pereira, Gaspar, 'O Douro e o Vinho do Porto de Pombal a João Franco' Ed. Afrontamento, Porto, 1991 pág. 30

33- Em 1935 estabeleceram-se normas para a distribuição do benefício, que estipulava que as vinhas para produção de vinho do Porto se

deveriam situar entre os 70 e os 500 metros de altitude, e plantadas em solo xistoso. Já em 1938, foi fixada a graduação alcoólica mínima.

34- AAVV, Gaspar Martins Pereira, 'Autour do Porto', ed. ICEP, Lisboa, 1997, pág. 67 (Fernando Bianchi de Aguiar, 'Douro: um vinhedo histórico, um vinho universal')



O decreto de 2 de Março de 1932, fixando a graduação alcoólica mínima de 16,5° para estes vinhos e proibindo a venda com menos de dois anos de estágio, favoreceu as empresas mais antigas, limitando as tendências do mercado. Ao fixar o preço mínimo dos vinhos para exportação, obrigando os agentes exportadores a manter um depósito de vinho em adega no montante correspondente a um quarto do vinho vendido e a usar exclusivamente as barras do Douro e do Porto de Leixões para a sua exportação, restabeleceu-se *‘o exclusivo da marca Porto para vinhos generosos da região do Douro, ...a 16 de Maio, novo decreto vem regulamentar o comércio do Vinho do Porto’*<sup>35</sup>. A proibição da destilação dos vinhos durienses, obrigou o Douro a receber de outras regiões a aguardente destinada à beneficiação dos seus vinhos.

Esta nova demarcação veio a verificar-se excessiva, provocando a necessidade de uma nova demarcação que se manteve, praticamente, até hoje.

A dependência do Vinho do Porto ao Estado português verifica-se desde a sua origem no séc. XVIII, agravando-se no tempo pela progressiva necessidade de protecção superior. Se até ao séc. XIX o Estado contribuiu para a qualificação da viticultura, no séc. XX contribuiu sobretudo para a sua protecção comercial e sofisticação do produto engarrafado. As imitações de Vinho do Porto que, apesar de tudo, têm proliferado a nível mundial, já teriam arruinado o produto se este não desempenhasse o valor de um produto nacional internacionalmente reconhecido - *‘Portugal já não depende apenas do vinho do Porto e o vinho do Porto depende mais de Portugal do que antigamente’*<sup>36</sup>.



Desenho de armazéns em Gaia

A ideia da criação de um Entrepasto para a localização dos armazéns do Vinho do Porto, remonta já ao séc. XIX, mas foi em 1926 que se concretizou a delimitação obrigatória da zona que, como uma verdadeira extensão da região demarcada, se confina à zona ribeirinha e histórica de Gaia, aqui sedeando o armazenamento vinícola para envelhecimento de todas as empresas. Este entreposto é o reflexo do estabelecimento gradual de um controlo interno do país. Em 1978 foi criado também um Entrepasto na cidade da Régua, no coração da região demarcada e, a partir de 1986 foi permitida a exportação directa pelos produtores da região mas, apesar disso, a maioria dos vinhos ainda é preparada em Gaia. Durante o Estado Novo, nomeadamente na década de 30, foram criados três importantes instrumentos legais para a protecção do produto Vinho do Porto. Com a criação da *Casa do Douro*<sup>37</sup> (1932), estava assegurada a regulação dos produtores vitícolas e o controle do produto até ao seu armazenamento no entreposto. Com a criação do *Grémio dos Ex-*

35- Martins Pereira, Gaspar, 'O Douro e o Vinho do Porto de Pombal a João Franco' Ed. Afrontamento, Porto, 1991 pág. 135

36- AAVV, Gaspar Martins Pereira, 'Autour do Porto', ed. ICEP, Lisboa, 1997, pág. 30

37- Em 1932, é fundada a Casa do Douro, que é o organismo encarregado de proteger e fiscalizar a produção. O decreto de 30 de Abril de 1940, vai-lhe atribuir poderes para definir a distribuição do benefício, actualizar cadastros, fornecer aguardente aos produtores, fiscalizar o vinho na região demarcada e conceder as guias para transporte dos vinhos até ao Entrepasto de Vila Nova de Gaia.

*portadores do Vinho do Porto*<sup>38</sup> (1933), hoje Associação das Empresas de Vinho do Porto, estava garantida a fiscalização comercial da distribuição do produto. Com a criação do *Instituto do Vinho do Porto*<sup>39</sup> (1933), ficaram acauteladas todas as questões de coordenação geral do sector, nomeadamente na relação entre produtores e distribuidores, bem como o estudo, promoção e garantia de qualidade do produto, constituindo-se como observatório supra institucional deste sector.

Em 1949, a Casa do Douro elabora um documento '*bases de fomento e constituição das adegas cooperativas*' e, em 1950, funda-se a adega cooperativa de Mesão Frio e, no ano seguinte, a do Peso da Régua. Porém, só depois de meados dessa década se desenvolve de facto o movimento cooperativo que, na década seguinte, abarcará cerca de 10% do número de produtores e da produção vinícola regional.

As empresas exportadoras têm nos últimos anos realizado grandes investimentos na área da produção, adquirindo quintas e vinhedos, fazendo novas plantações, que se somam aos investimentos anteriores de laboratório de análises, unidades de engarrafamento e armazenamento. Contrariando este movimento, verifica-se por parte de alguns produtores o interesse crescente na distribuição com marca própria e a sua entrada em nome individual no circuito da comercialização directa. '*Em 1986 foi criada a Associação de Produtores Engarrafadores de Vinho do Porto, visando sobretudo a exportação directa, a partir das quintas do Douro, em nome dos respectivos produtores*'<sup>40</sup>

Em 1995, a região Demarcada do Douro viu novamente alterado o seu quadro institucional, criando um novo organismo interprofissional - a Comissão Interprofissional da Região Demarcada do Douro (CIRDD) - na qual tinham assento, em situação de absoluta paridade, os representantes da lavoura e do comércio.

O objectivo do CIRDD era disciplinar e controlar a produção e comercialização dos vinhos da região com direito à denominação de origem, com duas denominações: uma relativa à denominação de origem 'Porto' e outra aos restantes vinhos de qualidade ('VQPRD') da região do Douro.

Em 2003, a CIRDD alargando a área da sua influência sobre o Vinho do Porto, passa a integrar os interesses do vinho de mesa e foi substituída por um Conselho Interprofissional integrado no Instituto do Vinho do Porto. Este Instituto que alterou em 2003 a sua designação para Instituto dos Vinhos do Douro e Porto, concentra a gestão de todas as denominações de origem e indicação geográfica da região, através do qual o Estado reservou para si a certificação, controlo, fiscalização e defesa.

38- Em 1933 é criada uma associação do sector comercial, a fim de regular a disciplina do comércio - o Grémio dos Exportadores do Vinho do Porto, e era de associação profissional obrigatória. Esta associação, passa em 1974 a ser apelidada de Associação dos Exportadores de Vinho do Porto e mais recentemente Associação das Empresas de Vinho do Porto.

39- O Instituto do Vinho do Porto, foi um organismo também criado em 1933, que passou a coordenar as actividades da Casa do Douro e do Grémio dos Exportadores. Tem como função o estudo, promoção e garantia da qualidade, fiscalização e propaganda do produto. É da responsabilidade do IVP uma quota importante de responsabilidade na recuperação e dinamização do sector, na promoção e imagem externa do vinho do Porto e na qualidade através da certificação da denominação de origem. O seu financiamento é processado através de impostos directos aplicados à venda do Vinho do Porto, através da obrigatoriedade de selo de certificação de origem. Após engarrafamento do produto, para entrada no circuito comercial o Instituto procede a um teste final de qualidade. Só se o vinho satisfizer os requisitos necessários, poderá obter o Selo de Garantia, colocado sobre a rolha da garrafa para comprovar a sua inquestionável qualidade. O actual IVDP é o máximo responsável pelo prestígio mundialmente reconhecido a este produto.

40- Martins Pereira, Gaspar, 'História do Instituto dos vinhos do Douro e Porto'

## Cronologia

Primeiro registo alfandegário de exportação de Vinho do Porto	1678	
	1703	Assinatura do tratado de Methuan
Reunião de Lavradores a pedir a criação da Companhia	1755	
	1756	Criação da Companhia Geral de Agricultura das Vinhas do Alto Douro
Criação da primeira Denominação de Origem Controlada do mundo	1757	
	1788	Ampliação da Região Demarcada
Criação do actual Vinho do Porto, com a aguardentação regular	1820	
Revolução Liberal do Porto		
	1823	Reacção absolutista - 'Vilafrancada'
Praga do oídio	1831	
	1834	Fundação da Associação comercial do Porto
Praga da filoxera	1868	
	1873	Início da construção da via férrea do Douro
Praga do míldio	1893	
	1906	Projecto lei de Teixeira de Sousa - protecção da denominação de origem do Vinho do Porto
Redemarcação da região, por João Franco	1907	
	1910	Instauração da República
Golpe de estado de 28 de Maio, instauração da ditadura	1926	
Criação do entreposto de Gaia	1932	Criação da Casa do Douro

Criação do Grémio dos exportadores do Vinho do Porto (Decreto nº 22 460 de 10 de Abril)	1933	
Criação do Instituto do Vinho do Porto (Decreto nº 22 461 de 10 de Abril)	1934	A Criação da Junta Consultiva dos provadores do IVP
		Primeira legislação para Vinho do Porto
'lei da vindima' (Decreto Lei nº 26 899 de 19 de Agosto) que obriga à aquisição do vinho na vindima, por parte dos exportadores	1936	
	1941	Portaria 9973 de 5 de Abril de 1941, define regras para o Vinho do Porto (anteriormente eram definidas em acordo do IVP e AEVP)
Obrigatoriedade do selo de garantia (portaria nº 9773 de 5 de Abril)	1942	
	1964	Autoriza-se a exportação a partir da região demarcada
Constituição da União das Adegas Cooperativas da Região do Douro	1965	
	1972	Portaria 471/72 – obriga a indicação da capacidade nos rótulos
Revolução democrática do 25 de Abril	1974	
	1978	Criação do entreposto da Régua
Definição das castas recomendadas e autorizadas na região (portaria nº 195/85 de 10 de Abril)	1985	
	1986	Decreto lei de 26 de Junho que estabelece o espaço da actual demarcação
		Entrada de Portugal na Comunidade Económica Europeia, rotulagens sofrem grandes alterações
		Admissão da exportação por parte dos produtores engarrafadores (a partir da região)

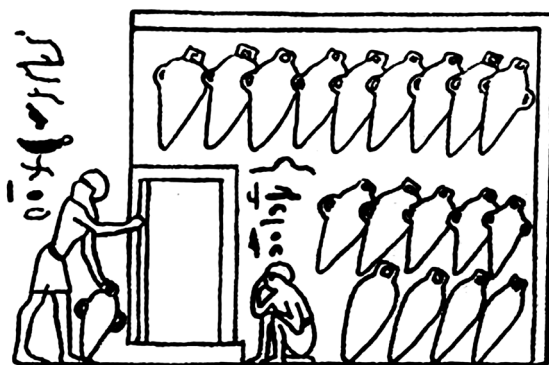
Ofício de 19/12/90 – regulamentação de designação de apresentação do Vinho do Porto (compilação de diferentes normas)	1990	
	1992	obrigatoriedade da marca no rótulo (conforme registo no INPI), decreto nº 376/92 de 24 de Dezembro
criação da Comissão Interprofissional da Região Demarcada do Douro (CIRDD)	1995	
	1996	deixa de se exportar Vinho do Porto a granel
Criação do Instituto dos Vinhos do Douro e Porto (IVDP)	2003	
	2004	Regulamento nº 1991, obriga a partir de 2005 constar no rótulo ‘contém sulfitos’
Regulamentação de designação e apresentação do Vinho do Porto, denominação de origem protegida (RDAPDOP), nº 23/2006 de 12 de Abril	2006	

# História do Vasilhame vinário

## 1.3 Do Vasilhame Vinário

### 1.3.1 - Os primórdios da arqueologia vinária

A arqueologia do vasilhame vinário remonta à antiguidade clássica, ao tempo dos egípcios, dos gregos, mas sobretudo dos romanos. O vasilhame vinário, '*vasi vinari*', servia tanto para a preparação/fermentação do vinho, como para a sua conservação e transporte.



Representação egípcia de uma adega

Em Roma eram usados contentores de cerâmica para a fermentação do vinho (*'dolium'*), que eram '*parecidas com as dos Gregos (pithoi)* e com as talhas da Geórgia (*kvevri*)' <sup>1</sup>, e que eram armazenadas nas adegas.



Imagem de vasos Pithoi

1 - Jonhson's, Hugh, 'A história do vinho', ed. Litexa, 1999; pág. 70

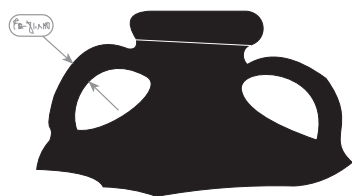
Desde a antiguidade que a ‘civilização da vinha’ foi deixando, por esse mundo fora, vestígios arqueológicos significativos. Nestes vestígios encontram-se desde o arcaico e popular odre dos tempos bíblicos (pela comodidade que proporcionava) ao vasilhame em cerâmica que se generalizou com a ânfora (nome que deriva do grego amphiphorens ou aphorens), destinada ao transporte ou armazenamento de pequenas quantidades de líquidos, entre eles o vinho. Segundo Hugh Jonhson's, a ânfora mais antiga encontrada, é etrusca e data de 600 AC. A ânfora foi o vasilhame vinário mais utilizado da antiguidade e foi *‘o contentor por excelência para o tráfico marítimo e fluvial. O seu formato permitia um acondicionamento eficaz, económico e estabilizado nos barcos, ficando acomodadas em fiadas sobrepostas, com os fundos encaixados num anel constituído pelos colos das que lhe ficavam em baixo’*<sup>1</sup>. A facilidade e economia de fabrico transformaram-na no que é considerada a embalagem de tara perdida da antiguidade; como a sua devolução por parte do comerciante não ser obrigatória, encontram-se espalhadas um pouco por todo o lado, mas sobretudo no mediterrâneo, região de intenso comércio de vinho. São as formas, as proporções do gargalo, os seus bordos, a cor do barro e as asas que permitem a sua classificação enquanto contentor. Na ilha grega de Chios (que apresentava o melhor vinho grego), havia já uma preocupação com a identidade gráfica do produto. As suas ânforas eram *‘facilmente identificáveis pelo desenho e pela qualidade do barro em que eram moldadas, tinham o selo de Chios: uma esfinge, uma ânfora e um cacho de uvas’*<sup>2</sup>.



Ânfora grego-italica (séc. III a I a. C)



Ânfora haltern 70 - sul Espanha Bética (séc. I a.C a I d.C.)



Ânfora lusitana

1 - AAVV, Diogo, Dias, 'As ânforas, contentor vinícola da antiguidade' in 'Uma Imagem do vinho', 1994; pág. 14

2 - Jonhson's, Hugh, 'A história do vinho', ed. Litexa, 1999; pág. 41

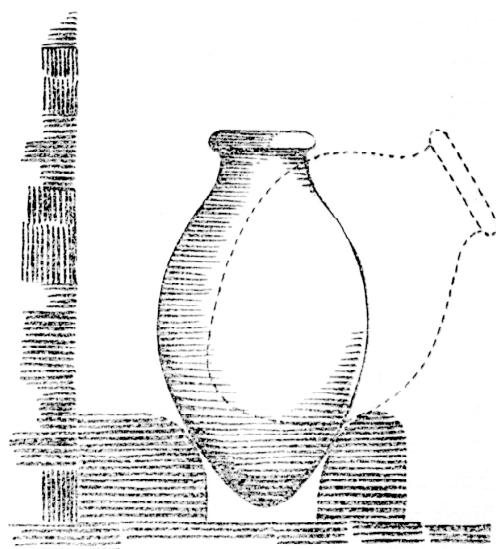


A identificação do produtor e dos diferentes conteúdos das ânforas eram um problema com que os comerciantes se deparavam, nascendo então, a necessidade de identificar a origem e de garantir a qualidade do produto, aparecendo assim o 'rótulo'. Nas ânforas encontradas com cerca de 5000 anos, as inscrições hieroglíficas eram bastante simples e limitavam-se a indicar o seu conteúdo (Erp ou Arp = vinho) e, quanto muito, a sua procedência.

Em Portugal, as mais antigas ânforas conhecidas, *'reportam-se a vinho produzido na Itália meridional, transportado num tipo de ânfora que os arqueólogos denominaram de 'greco-italico' e que tem uma cronologia compreendida entre os séculos III e II A.C'*<sup>3</sup>. Este vinho esteve presente no nosso mercado até ao século I D.C, tendo sido gradualmente substituído pelo vinho produzido no sul de Espanha (Bética), *'que era envasado em ânforas de tipo 'Háltern 70'. Finalmente, a partir da segunda metade do séc. I surgem-nos aqui as ânforas de tipo 'Gaulesa 4', atestando a importação de vinhos do sul da actual França'*<sup>4</sup>. É neste período que surge em Portugal uma ânfora vinícola, denominada de 'lusitana 3' e que apresenta uma forma 'parecida' com a ânfora gaulesa.

Era frequente as ânforas apresentarem um código de identidade que consistia em marcas dos produtores, do lugar de origem ou dos seus proprietários; estas marcas eram colocadas antes da cozedura e normalmente visíveis na parte lateral da asa. Depois de cheias, as ânforas eram vedadas com cortiça e cobertas com argila ou gesso, e sobre estes vedantes, aplicava-se um 'selo' que prevenia possíveis fraudes, ou *'registava-se'* uma marca comercial. Como nem todas as ânforas apresentam selo, a sua origem e datação são feitas pelo estilo (forma, cor, forma das asas...) que apresentam.

Mas, fruto do crescimento do comércio por via marítima, a ânfora foi sendo substituída por contentores maiores e mais 'rendáveis' - as talhas; eram enchidas e esvaziadas por meio de odres, evitando-se assim o desperdício de contentores. O *'dolio'*<sup>5</sup> (talha), de origem egípcia e o maior parente da ânfora, foi herdado pela civilização egeia, que fez dele uma verdadeira obra de arte funcional.

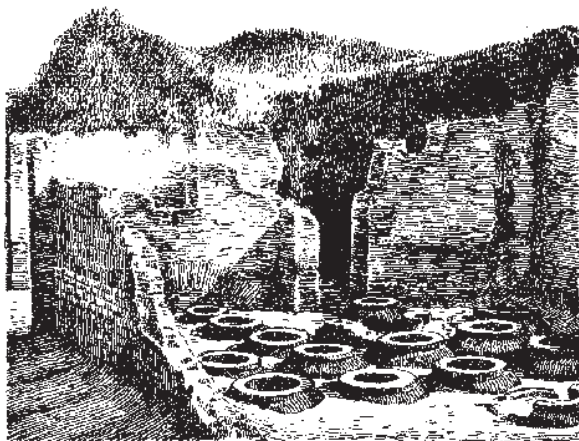


Dolia romana

3 - AAVV, Diogo, Dias, 'as ânforas, contentor vinícola da antiguidade' in 'Uma Imagem do vinho', 1994; pág.14

4 - AAVV, Diogo, Dias, 'as ânforas, contentor vinícola da antiguidade' in 'Uma Imagem do vinho', 1994; pág.14

5- Na região sul de Portugal é comum o vasilhame cerâmico de grandes dimensões, provavelmente descendente das antigas dolia, mas existem dúvidas quanto à sua origem, ou são descendentes da romanização ou então o prolongamento da estada dos árabes no nosso país (se atendermos a que foram excelentes vinhateiros e ótimos ceramistas). Estas talhas, como são apelidadas no sul, tem uma capacidade aproximada de oitocentos litros, algumas datam dos séculos XVI ou XVII, ostentam orgulhosamente a heráldica dos oleiros e surpreendem pela grande resistência que apresentam.



Cella vinaria – Roma

### 1.3.2 - Grécia e Roma

Na antiga Roma, caso o vinho fosse digno de envelhecer, era colocado na apoteca vinária - situada na parte superior das adegas (*cella vinári*) ou das habitações, de forma a receber o calor solar - os vinhos comuns, com menor teor alcoólico e menor qualidade, permaneciam na *cella vinári*, em grandes vasilhas ou *dolia*, num ambiente que se queria o mais fresco possível como aconselhavam Vitruvius e Plínio, '*ao abrigo da humidade e dos maus cheiros*'<sup>1</sup>. Estas dolia eram enterradas no chão das cella vinari e cobertas de areia.



Adegas romana

Mais tarde, no tempo dos romanos (séc. I ou II da nossa era), apareceu outro tipo de vasilhame fabricado em madeira de castanho - a *cupae*. O cupae, era recomendado para o transporte do vinho (vasi vinari), sobretudo para '*não lhe perturbar a fermentação*'<sup>2</sup>, usado '*para o envelhecimento de certas qualidades de vinhos de categoria, que só a madeira lhes pode garantir*'<sup>3</sup>. Em meados do século I, aquando da conquista da Grã-Bretanha, os romanos transportaram o vinho em barricas de madeira, o que se revelou bastante inovador para a época, pois o seu transporte era frequentemente feito em ânforas. A '*cupae*' era ligeiramente diferente da actual pipa, e o termo '*é indistintamente aplicado com o sentido de cuba ou pipa*'<sup>4</sup>. Este antepassado da pipa e do barril era já fabricado

1 - Mourão, Ramiro, 'Do vasilhame vinário, notas informativas da sua história', ed. IVP, 1943, pág. 11

2 - Mourão, Ramiro, 'Do vasilhame vinário, notas informativas da sua história', ed. IVP, 1943, pág. 14

3 - Mourão, Ramiro, 'Do vasilhame vinário, notas informativas da sua história', ed. IVP, 1943, pág. 21

4 - Lacerda, Silvestre, 'A arte da tanoaria', ed. Crat (centro regional das artes tradicionais), Porto, 1997, pág. 7

*‘com aduelas convexas (laminae ou tabelae), e arcos de madeira (cerculi), e o seu uso perpetuou-se por toda a Europa e mais tarde pelo mundo inteiro, especialmente para transporte do vinho’<sup>5</sup>, razão pela qual a partir do século III, as provas arqueológicas dos carregamentos por via marítima, são escassas. Esta escassez de provas arqueológicas permitiu *‘perceber que a razão para este facto, se deve à introdução gradual da pipa de madeira, muito mais forte e mais leve! Os vasos de barro são imortais: as pipas normalmente desaparecem com o tempo, sem deixar rasto’*<sup>6</sup> Existem registos históricos de *‘cupaes’* durante o período do Império Romano (por exemplo na coluna de Trajano), apesar de na época, não ser o contentor mais comum para vinhos.*

Numerosos baixos-relevos de monumentos romanos, na Gália, testemunham que o vinho e a cerveja eram transportados em pipas. Sabe-se que os gauleses foram mestres no fabrico deste tipo de recipientes, especialmente vantajosos pela sua resistência e comodidade de deslocação. Pela sua forma arredondada *‘uma pipa é facilmente manejável, rolável e dirigível’*<sup>7</sup>

### 1.3.3 - Idade Média

Na idade média, Inglaterra foi o primeiro lugar onde o vinho assumiu, do ponto de vista comercial, um papel importante. Os romanos estavam habituados a consumi-lo, e levaram consigo esse hábito aquando da romanização, promovendo a sua ‘importação’. Na Europa (no século XII), verificava-se a produção de vasilhame vinário nos países de tradição vitivinícola. Inglaterra, apesar de não ser um país vitícola, pode ser equiparada a outros países europeus na produção de vasilhame vinário em madeira, devido à sua ‘excelência técnica’. Supõe-se que a arte da tanoaria (anexo), neste país foi importada de França, o mais próximo país produtor de vinho.

Em Portugal, no reinado de D. Afonso Henriques, em 1179, *‘alguns extractos dos ‘inéditos da história portuguesa’... mencionam de uma foram especial o vasilhame da época (tonees)’*<sup>8</sup> e no século XIV, o foral concedido por D. Dinis ao concelho de Gaia, refere *‘que o vinho duriense era já exportado para outras terras, todo ele muito naturalmente envasilhado em pipas de fabrico local ou remetidas de Gaia’*<sup>9</sup>.

### 1.3.4 - Do século XVI até aos tempos modernos

Em finais do século XVII e durante o século XVIII, começam-se a generalizar as indústrias de vidro de embalagem e a maior parte das pessoas/entidades ligadas ao sector do vinho, troca o contentor de madeira pelo de vidro. Foram excepção a esta prática, os contentores dos vinhos do Porto e Xerez que se mantiveram *‘fiéis aos seus tipos clássicos de vasilhame de exportação, quando destinado especialmente à Inglaterra e outros países do norte da Europa’*<sup>10</sup>. Apesar dos contentores vinários variarem quanto à forma e robustez, desde os odres, os cerâmicos e o vidro, sendo este último *‘um dos materiais mais caros, e também o mais frágil... é de admirar que no nosso mundo,*

5- Mourão, Ramiro, ‘Do vasilhame vinário, notas informativas da sua história’, ed. IVP, 1943, pág. 14

6 - Jonhson’s, Hugh, ‘A história do vinho’, ed. Litexa, 1999; pág. 70

7 - Lacerda, Silvestre, ‘A arte da tanoaria’, ed. Crat (centro regional das artes tradicionais), Porto, 1997, pág. 8

8 - Mourão, Ramiro, ‘Do vasilhame vinário, notas informativas da sua história’, ed. IVP, 1943, pág. 25

9 - Mourão, Ramiro, ‘Do vasilhame vinário, notas informativas da sua história’, ed. IVP, 1943, pág. 26

10 - Mourão, Ramiro, ‘Do vasilhame vinário, notas informativas da sua história’, ed. IVP, 1943, pág. 66

onde oiro e prata abundam, porque é que a nossa nobreza – como se odiosa destes metais (devido à sua abundância) – escolhe agora, em geral, os vidros de Veneza’<sup>1</sup>. As pessoas que não tinham possibilidades económicas para comprar vidro recorriam ao ‘barro vidrado a sal, proveniente da Renânia’<sup>2</sup>.

Na década de 30 do século XVII, provavelmente em Gloucester, ‘Sir Digby deu início à produção de garrafas muito mais grossas, mais pesadas e mais robustas e escuras – e também mais baratas – que todas as feitas até então’<sup>3</sup>. Estas garrafas tinham a forma de um ‘globo’ com gargalo comprido (chaminé) e um rebordo saliente que servia para atar a rolha; apresentavam uma altura média de 23 ou 24 cm, cor escura (variando entre o preto e o verde oliva) e o vidro muito espesso, chegando a atingir os 6mm. O processo de fechar as garrafas era um problema que tinha já sido sujeito a diversas tentativas de solução; as pinturas medievais são a prova dessas tentativas, quando nas garrafas reproduzidas aparecem panos enrolados/torcidos para as rolhar; nesta época usava-se também o couro e recorria-se à cera para as conseguir vedar. As rolhas de cortiça (‘os romanos tinham usado rolhas de cortiça, mas o processo havia caído no esquecimento’<sup>4</sup>) começaram a aparecer em meados do século XVI, mas no século XIX a tampa de vidro opaco era ainda considerada por muitos, como a mais ‘luxuosa’ para fechar as garrafas.

A fragilidade que o vidro demonstrava enquanto contentor, foi ultrapassada através do recurso ao empalhamento em vime das referidas garrafas. Mas, a grande revolução e o grande contributo para o sector dos contentores vinários verificou-se no século XVII com as garrafas e as rolhas herméticas. Sem esta tipologia de rolhas, poder-se-ia aperfeiçoar ‘a qualidade do vinho – mas não se conseguiria fazê-lo envelhecer. Ninguém sabia, nem tinha sabido, desde os tempos dos Romanos, quais as transformações que pedem acontecer quando se sela um bom vinho durante muito tempo’<sup>5</sup>. Até esta época, as garrafas serviam apenas para transportar o vinho das pipas para a mesa mas, foram os holandeses através do sopro da massa ígnea do vidro em moldes banalizaram o uso da garrafa de vidro enquanto contentor de bebidas.

### 1.3.5 – A importância do vidro na embalagem

Sabe-se ainda que os sírios, os egípcios e os judeus já sopravam vidro por volta de 3000 A.C., recorrendo a técnicas que poucas alterações sofreram desde então, mas as mais antigas garrafas em vidro de que se tem conhecimento, são provenientes do Egipto e datam de aproximadamente 1400 A.C.

Na produção de vidro, desde os seus primórdios, distinguem-se duas fases: a primeira de cerca de 3000 A.C. até finais do século XIX, caracterizada pelo seu carácter artesanal e a segunda, de inícios do século XX até aos nossos dias, caracterizada pela mecanização/ automatização.

Em Portugal, a história do vidro, acompanha a própria história do país desde o tempo da romanização e da ocupação árabe. Nos séculos XV e XVIII, os profissionais vidreiros trabalhavam um pouco por todo o país, em palácios, mosteiros ou para a Universidade de Coimbra, mas as manufacturas estavam sobretudo concentradas na região de Lisboa. Noutras regiões, são de referir

1 - Jonhson's, Hugh, 'A história do vinho', ed. Litexa, 1999; pág. 192

2 - tinham a forma de um pote barrigudo com uma máscara grotesca abaixo do rebordo, 'que se supõe de um cardeal Italiano muito odiado, que se havia oposto ferozmente à Igreja Protestante Reformada: Belarmino se chamava e belarminas se chamavam estas jarras', in Jonhson's, Hugh, 'A história do vinho', ed. Litexa, 1999; pág. 192

3 - Jonhson's, Hugh, 'A história do vinho', ed. Litexa, 1999; pág. 194

4 - Jonhson's, Hugh, 'A história do vinho', ed. Litexa, 1999; pág. 195

5 - Jonhson's, Hugh, 'A história do vinho', ed. Litexa, 1999; pág. 191

Ílhavo (Vista Alegre) e em particular no norte do país, a fábrica do Côvo, que sabemos ocupar um lugar incontornável. Esta fábrica foi instalada no início do século XVI (1520) e manteve-se no activo durante sensivelmente quatrocentos anos. Alguns produtos desta fábrica constantes em museus, permitem-nos concluir que a sua produção era sobretudo utilitária, *‘os trabalhos de arte mais finos são importados. Entre os objectos, que então se produzem, citam-se garrafas, púcaros e gomis, e o preço anda à roda de 8 vinténs, a dúzia, em 1626’*<sup>6</sup>. Em 1924 foi definitivamente encerrada e nada resta das suas instalações.

No século XVIII, a indústria vidreira concentrava-se sobretudo em duas regiões – Coina e Marinha Grande, onde se instalaram manufacturas relativamente grandes e com níveis de produção mais elevados.

Em 1719 na Fábrica de João Beare, na Marinha Grande, resultavam da laboração diária objectos com tipologias variadas: *‘copos, garrafas, açucareiros, salvas, canecas, galhetas duplas, frascos, tinteiros, púcaros e pires’*<sup>7</sup>. Esta manufactura, após vinte anos, deixa de laborar em 1767, faltando-lhe *‘um único factor para que obtivesse com a sua fábrica dos Vidros o mesmo sucesso que Guilherme Stephens: um Mecenas, ou um Ministro semelhante ao Marquês de Pombal’*<sup>8</sup>, cuja governação foi pautada a partir de 1769-1770 pelo desenvolvimento da indústria. A indústria vidreira na Fábrica da Marinha Grande progrediu sob a ‘tutela’ do Marquês de Pombal, na década seguinte à do seu arranque *‘sem concorrência interna e protegido da externa’*<sup>9</sup>, quadruplicando a sua produção. Em finais da década de 80 desse século, esta fábrica já exportava vidros para Inglaterra e suas colónias, exceptuando garrafas, pois a produção de vidro de embalagem encontrava-se muito atrasada, relativamente a outros países.

A fábrica da Vista Alegre na primeira fase da sua actividade, de 1824 a 1880 dedicou-se ao fabrico de vidro utilitário, constando da sua actividade um enorme variedade de artigos de vidro, *‘frascaria, garrafas, jarros, copos, vidro de laboratório, tinteiros, vidro de cozinha (saleiros, pimenteirras, etc.), canecas e cálices’*<sup>10</sup> ao nível dos melhores produtos que vinham do estrangeiro.

A partir de meados do século XIX, os avanços nas engenharias estimularam a produção dos vidros em série e em quantidade. A maior parte das indústrias que começara por produzir vidraça, veio depois a dedicar-se também à produção de vidro de embalagem. Até cerca de 1890 instalaram-se novas indústrias vidreiras, por exemplo na Fontela – Figueira da Foz e em Avintes (Vila Nova de Gaia). A produção vidreira manteve até tarde o seu cariz artesanal, e só em meados do século XIX se verificou a industrialização do sector. *‘Nas últimas décadas do séc. XIX verificou-se igualmente um aumento considerável do consumo de garrafas tanto a nível interno como externo, sobretudo a serem utilizadas com vinho. Esta situação lança um novo desafio à indústria vidreira e daí o despertar de empresários do sector para o vidro de embalagem que, ao longo do séc. XX, viria a tornar-se de um extraordinário dinamismo’*<sup>11</sup>. No vidro de embalagem a indústria *‘manteve as suas características manufactureiras... porém, as formas das embalagens (frascos, garrafas e garrações) foram evoluindo, no sentido de uma progressiva aproximação das actuais’*<sup>12</sup>. As fábricas foram-se especializando por sectores; *‘a Amora concentra em 1903 a totalidade da produção da garrafaria ‘preta’, isto é, em ‘vidro escuro’. Nas restantes fábricas, a produção de garrafas é feita em vidro branco, enquanto subproduto da produção de vidraça’*<sup>13</sup>.

6 - Mendes, José Amado, ‘História do vidro e do cristal em Portugal’, ed. Inapa, Lisboa, 2002; pág. 45

7 - Mendes, José Amado, ‘História do vidro e do cristal em Portugal’, ed. Inapa, Lisboa, 2002; pág. 62

8 - Mendes, José Amado, ‘História do vidro e do cristal em Portugal’, ed. Inapa, Lisboa, 2002; pág. 62

9 - Mendes, José Amado, ‘História do vidro e do cristal em Portugal’, ed. Inapa, Lisboa, 2002; pág. 67

10 - Mendes, José Amado, ‘História do vidro e do cristal em Portugal’, ed. Inapa, Lisboa, 2002; pág. 74

11 - Mendes, José Amado, ‘História do vidro e do cristal em Portugal’, ed. Inapa, Lisboa, 2002; pág. 100

12 - Mendes, José Amado, ‘História do vidro e do cristal em Portugal’, ed. Inapa, Lisboa, 2002; pág. 100

13 - <http://www.rtp.pt/index.php?article=269220&visua>



‘De meados do século XIX aos meados do XX, a produção de garrafas sofreu profundas transformações que consistiram no abandono progressivo da produção manual, para a introdução primeiro das máquinas semiautomáticas e mais tarde, das máquinas totalmente automáticas, cujo funcionamento apenas requer a presença de técnicos para o controlo do respectivo processo. Assim, como sublinha Barrie Trinder, *‘a garrafa pode ser considerada como um símbolo da industrialização: uma embalagem de custo modesto que possibilita a distribuição, por vastas áreas, de uma variedade de produtos’*<sup>1</sup>. Na segunda metade do século XIX, a presença de Portugal em exposições internacionais / universais, leva à natural comparação dos produtos, e conclui-se que *‘a falta de inovação nas formas e no desenho tornou-se evidente’*<sup>2</sup>. Nesta época tornou-se importante a gravura pelo ácido fluorídrico (iniciada no século XVIII), e também a indústria de moldes passa a ser de vital importância.

Em 1830 um novo processo vai produzir vidro prensado, pois o ar da cana do vidreiro vai ser substituído por um núcleo maciço de metal que penetra no molde e empurra a massa ígnea até às suas paredes, imprimindo-lhe os motivos constantes do mesmo. Estes motivos não deixam marca no interior da peça, o que é uma vantagem. Mas apresentam uma limitação: *‘só pode aplicar-se a objectos cuja abertura seja, pelo menos, tão larga como o fundo; não se pode utilizar com as peças que são mais estreitas em cima do que em baixo, como as garrafas’*<sup>3</sup>.

Em 1930, a firma comercial Barbosa e Almeida inicia a produção e apresenta uma *‘grande diversidade de garrafaria produzida’*<sup>4</sup>. Da grande quantidade de moldes apresentados, sensivelmente um terço era destinado ao Vinho do Porto. *‘Várias empresas, que comercializavam marcas de vinho bem conhecidas (entre as quais, a Companhia Velha, a Ramos Pinto e a Porto Calém), eram já na altura, clientes da Barbosa & Almeida’*<sup>5</sup>.

A segunda Guerra Mundial foi um importante contributo para o desenvolvimento da indústria vidreira portuguesa, sobretudo da garrafaria com a exportação de bebidas alcoólicas. Neste período esta indústria apostou na mecanização (inicialmente com máquinas semiautomáticas e posteriormente com máquinas automáticas), o que aconteceu na década de 50. Em 1957, existiam em Portugal vinte e uma fábricas de vidro, sobretudo na região da Marinha Grande. O aumento da procura interna de embalagens de vidro e a dificuldade de importação por causa da guerra deram um incremento à produção nacional.

A obrigatoriedade de exportação de bebidas engarrafadas obrigou a um maior consumo destes contentores. No caso do Vinho do Porto, as exportações tiveram um aumento significativo, pois o engarrafamento na origem garantia a genuinidade do produto. A Barbosa & Almeida desenvolveu um modelo especial de garrafa para o Porto Vintage, com cor de vidro de acordo com a protecção lumínica necessária a este tipo de produto. Outras produtoras nacionais para este sector são: a Santos Barosa e Ricardo Gallo, na Marinha Grande e a Vidreira do Mondego, na Fontela - Figueira da Foz.

1 - Mendes, José Amado, ‘História do vidro e do cristal em Portugal’, ed. Inapa, Lisboa, 2002; pág. 103

2 - Mendes, José Amado, ‘História do vidro e do cristal em Portugal’, ed. Inapa, Lisboa, 2002; pág. 121

3 - Mendes, José Amado, ‘História do vidro e do cristal em Portugal’, ed. Inapa, Lisboa, 2002; pág. 31

4 - <http://www.rtp.pt/index.php?article=269220&visual>

5 - <http://www.rtp.pt/index.php?article=269220&visual>

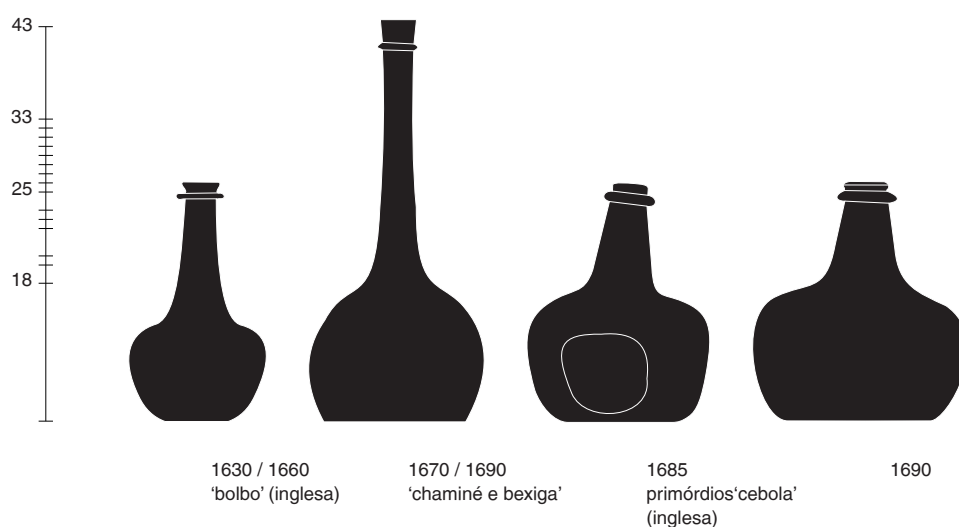
## Cronologia da indústria vidreira portuguesa (embalagem)

Fábrica de garrafas da Amora	1888	
	1889	Santos Barosa (vidraça, cristalaria e garrafaria, especializando-se nesta última)
Ricardo Gallo (vidraça, cristalaria e a partir de 1912 garrafaria)	1899	
	1903	Fábrica de vidro da Guia (garrafas como subproduto da produção) introduz-se produção de garrafas em semi-automático
Fábrica de Mariano Pereira Henriques (garrafas como subproduto - encerrou 8 anos depois)	1912	
Fábrica de Monte Real (garrafas em vidro preto e verde)	1916	Fábrica Moraes & C <sup>a</sup>
Fábrica Gomes & C <sup>a</sup> (garrafas em vidro verde e preto)	1918	
C <sup>a</sup> das Fábricas das Garrafas da Amora (Fábrica de garrafas da Amora - produção de garrafas ordinárias, com produção diária de 8000 garrafas)		
Fábrica de Rego Lameiro na Quinta do Freixo- Porto	1919	Empresa Industrial do Mondego
Barbosa & Almeida (comércio) (começa a produção em 1930 com a aquisição da fábrica do Rego)	1921	
	1923	Fábrica da Martingança (maior produtor nacional de vidro preto)
Empresa Industrial do Mondego (adquirida pela vidreira da Fontela - Saint Gobain)	1940	

### 1.3.6 - Evolução da garrafa

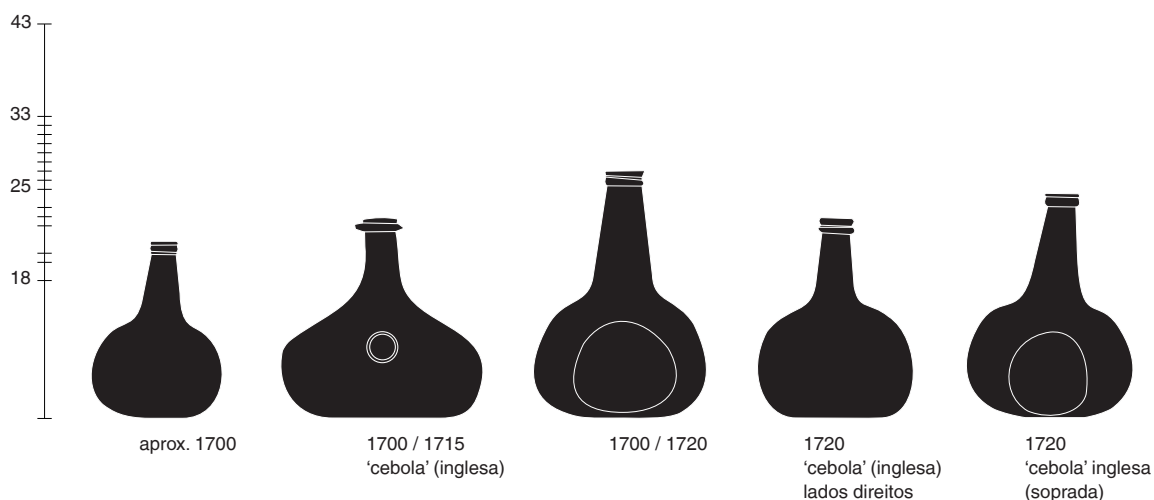
A produção artesanal de garrafas, que durou até finais do século XIX, era um processo dispendioso, moroso e requeria um artesão por garrafa. A mecanização/industrialização praticamente eliminou a actividade dos artesãos no início de 1900, tornando este processo extremamente caro. Entre os séculos XVII ao XIX, era comum e prestigiante que pessoas abastadas e ocupando uma posição social de destaque, mandassem personalizar as garrafas, através de uma marca pessoal; estes 'selos' muitas vezes datavam a fabricação da garrafa, a origem de uma garrafeira, o comemorar de um evento...

No século XVII as garrafas apresentavam-se baixas, bojudas e serviam apenas para levar o vinho dos pipos à mesa. A forma de globo, com gargalo comprido (chaminé) e rebordo saliente não permitia que fossem colocadas em posição horizontal (forma atribuída à necessidade de estabilidade da garrafa quando usada nos barcos). Como estas garrafas não podiam ser armazenadas, o vinho não podia maturar, atingindo uma maior qualidade, como acontece por exemplo com o Vinho do Porto Vintage. Em inícios deste século, as garrafas apresentavam um pescoço cilíndrico e direito, de vidro espesso, passando, em meados do mesmo século, a ostentar um pescoço mais longo e em rampa, normalmente em vidro verde oliva ou preto.



Foi na década de 70 do século XVII, que surgiram as garrafas sopradas em molde, passando a apresentar uma forma bastante mais regular. As transformações formais sofridas, tornaram o pescoço mais baixo, o rebordo aproximou-se mais do gargalo (tinha como função amarrar uma peça vedante) e os ombros da garrafa tornaram-se mais angulosos. Em apenas duas décadas, o pescoço diminuiu bastante e o corpo tornou-se mais alongado, menos bojudo. Quando são 'inventadas' as rolhas de cortiça de embutir, em finais do século XVII, o rebordo tornou-se mais decorativo que funcional, e com tendência a desaparecer. Gradualmente foram-se tornando mais alongadas, menos bojudas e com gargalo mais comprido.





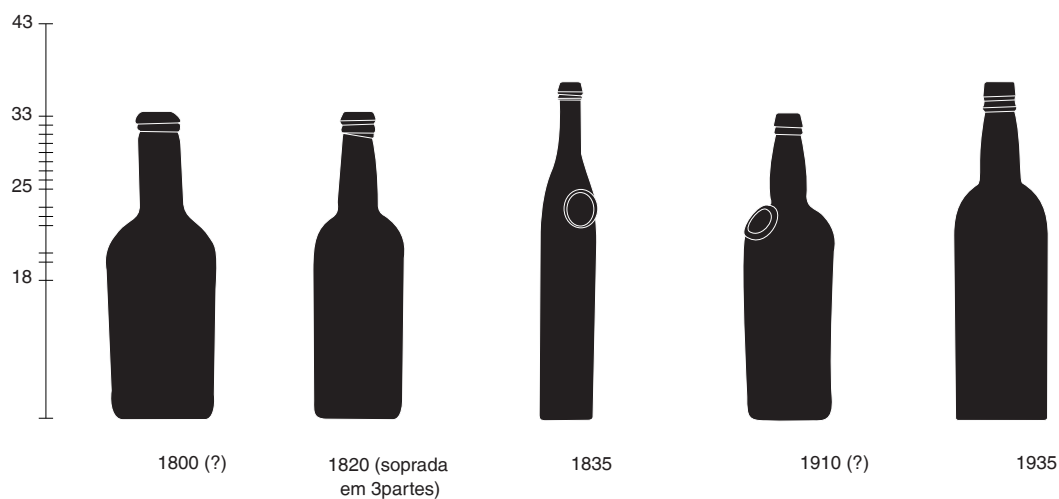
No início do século XVIII, na garrafa tipo 'cebola' (tanto inglesa como holandesa) aparecem diferentes tipologias formais: com corpo das garrafas globo comuns; com os ombros rebaixados (muito popular na Alemanha e conhecida por 'casco de cavalo'); com os lados mais direitos, aproximando-se da forma 'macete' que se vulgarizou entre as décadas de 30 e 60, apresentando as tradicionais cores preta ou verde oliva.



Em meados deste mesmo século, a maioria das garrafas continua a apresentar um corpo sólido, mas com um pescoço mais longo e já na década de 70, o corpo tornou-se mais elegante e, em termos formais, mais próxima da actual garrafa de Vinho do Porto.



Em finais deste século, as garrafas tornaram-se mais alongadas, com pescoços direitos e mais curtos, assumindo já a forma de cilindro, o que permitiu o seu empilhamento horizontal. Esta posição permitiu que o conteúdo fosse selado através do uso da rolha de cortiça, evitando assim a oxidação do vinho. *‘As garrafas cilíndricas, estando empilhadas e com a rolha húmida, permitiam um envelhecimento do Vinho do Porto e consequentemente o aumento da sua qualidade’*<sup>1</sup>. Este processo de conservação era destinado logicamente a vinhos de bastante qualidade, a grandes colheitas e a clientes ‘especiais/importantes’.



Nesta época a rotulagem era ‘inexistente’ ou não fazia referência ao conteúdo. Feita apenas com cal, giz ou pintada à mão, era sobretudo baseada na confiança que se depositava nos produtores e/ou comerciantes.

<sup>1</sup> - Texto do Museu do Vinho do Porto

## Datação

Para se datar uma garrafa de vinho, devem ser considerados alguns factores preponderantes como: a forma, a 'costura', a cor, o desenho do gargalo e o selo/marca.

- quanto à **forma**, e até meados do século XVII, as garrafas apresentavam paredes finas, pescoços compridos que afunilavam desde os ombros até à boca; a partir da década de 70 deste século, os ombros tornam-se mais angulosos e o pescoço mais curto.

As garrafas denominadas cebolas, aparecem na década de oitenta e nelas, o corpo torna-se mais baixo e largo e o vidro é mais fino que o das suas predecessoras.

A garrafa 'bexiga' aparece no início do século XVIII (em **1710 ?**); é parecida com a cebola, mas com o pescoço longo e um corpo mais oval que redondo.

Cerca de **1720** os lados das garrafas, tornam-se mais direitos, substituindo as linhas curvas das cebolas. Inicialmente esta tipologia apresentava os lados ligeiramente afunilados no sentido ascendente, mas que gradualmente se vão tornando paralelos. Já em **1770**, tornam-se mais finas, mais altas, mais elegantes e muito mais próximas das actuais garrafas de Vinho do Porto. Por volta de **1805**, começam então a ser produzidas através de moldes, que podiam ser bi ou tripartidos

- quanto à **costura**, verifica-se que tal como foi inicialmente referido as garrafas eram todas sopradas (até sensivelmente 1730); desta data e até 1800, são sopradas para moldes bi ou tripartidos e consequentemente apresentam a costura no corpo, mas não na parte superior que era feita posteriormente. A partir de 1800 a 1820, apresentam costura à volta dos ombros e pequenas ligações do pescoço ao gargalo, que era feito numa fase posterior.

Em finais do século XIX, aparecem as garrafas sem costura, porque eram roladas nos moldes antes de serem libertadas dos mesmos; as que apresentam costura em ambos os lados, em toda a sua altura até ao lábio, são posteriores a 1920 e feitas à máquina (salvo raríssimas excepções).

- no que se refere à **cor**, entre 1630 e 1700 o vidro das garrafas era verde, ou verde oliva. Desta data à década de trinta do século XIX, vulgarizou-se o preto – como as usadas para os vintage e LBV, e a partir desta data, generalizam-se além destas cores, os tons castanhos/amarelados (citrón).

- quanto ao **desenho do gargalo**, verifica-se que nas garrafas em forma de globo (anteriores a 1670) existe uma distância razoável entre o gargalo e o rebordo, apresentando-se com uma secção quase triangular, que servia para amarrar um fio com o objecto vedante (rolha). Cerca de 1680, o rebordo apresenta-se mais próximo do gargalo, e em 1700 está praticamente abaixo do mesmo. Em 1750, este rebordo vai-se aproximar muito do limite superior da garrafa e em 1780 verifica-se a aplicação de um rebordo duplo, e quase completamente encostado ao gargalo.

No início do século XIX, o rebordo vai-se fundir com o próprio gargalo, e a forma torna-se menos 'agressiva'. A partir da década de 20 deste século, os gargalos tornam-se mais grossos, mais largos, com aspecto de uma gota de vidro apensa à forma.

A partir de 1920, as garrafas passam a ser produzidas à máquina, em peça única e o gargalo deixa de ser moldado separadamente.



- quanto ao **selo/marca**, verificou-se que entre meados do século XVII e meados do século XIX, indivíduos com poderio económico e alguma posição social, mandavam gravar nas garrafas os nomes, iniciais, brasões de família ...; nomes de tabernas ou assinaturas aparecem a partir de meados do século XVII e a década de 30 do século XVIII. Em finais do séc. XIX ou início do XX, aparecem nomes comerciais/marcas nas garrafas. Com a industrialização, verifica-se que uma garrafa com selo em relevo na sua parte exterior, feito à máquina se situa indiscutivelmente nos últimos sessenta anos.

Pensa-se que produzidas desde o início do Império Romano, existem garrafas com pequenas evidências de selo, por isso anteriores ao século XVIII (as garrafas seladas holandesas são sobretudo deste período).

A expansão comercial do Vinho do Porto provocou o aumento do seu consumo e a sua popularidade originou por parte da indústria vidreira a criação de um vasilhame próprio. O requinte a que estava associado ao seu consumo fez surgir um contentor elegante para o seu consumo quotidiano, o decanter. As características encorpadas do vinho e a sua tendência para criar depósito, precisando de ser decantado, foram as razões que impulsionaram a criação deste contentor. *‘Os primeiros decanters, eram do formato de uma simples garrafa, apresentando a gravação de grinaldas, um pequeno entalhe no gargalo e uma rolha redonda lateralmente achatada, à qual se denominava pear-drop’*<sup>1</sup>. Em finais do século XVIII o decanter torna-se mais largo na base, com forma de campânula invertida. Mas, no século XIX toma uma forma globular com anéis em torno do gargalo e efeitos decorativos no bojo e *‘em forma de dedada -thumb-cutting. Em finais do mesmo século, em que o Vinho do Porto, era bebida de eleição, na grande burguesia comercial, os decanters, tornaram-se com largos entalhes facetados’*<sup>2</sup>.

1 - Textos do Museu do Vinho do Porto

2 - Textos do Museu do Vinho do Porto

# Identidade



A identidade de um sujeito é definida pelo conjunto de caracteres que o individualizam. Entre esses encontram-se sobre o eixo do tempo as que radicam no passado e por isso transportam o espírito da tradição, e as que se vocacionam para a antecipação do futuro e as que, no seu oposto, determinam uma ambição. Não se pode, por isso, encerrar a identidade do Vinho do Porto naquela que foi a sua tradição passada, sem contudo deixar de referir aquele que é o projecto do seu futuro.

Em oposição ao eixo do tempo considera-se o eixo da percepção. A identidade é também objecto e sujeito de percepção variando opostamente entre a visão que o objecto tem de si próprio (aquela que julga ser a sua identidade comunicada) e aquela que constitui a resposta do seu público (identidade recebida ou reconhecida). Assim, é natural que a identidade que o Vinho do Porto julga ter não corresponda integralmente àquela que os públicos identificam como verdadeira. Esta disjunção quer sobre o eixo da percepção, quer sobre o eixo cronológico carece de um processo de monitorização do desvio entre o comunicado e o recebido, entre o consumado e o idealizado, não podendo a procura de legítima genuinidade esquecer a necessária transcendência do desejo.

No presente estudo tomou-se como amostragem identitária do Vinho do Porto o exemplo das suas embalagens enquanto veículos da sua identidade visual. Estes objectos sintetizam em opções de forma, os paradoxais cruzamentos da percepção no tempo, revelando diversas estratégias - quer para a sustentação da sua legitimidade enquanto herdeira de uma cultura antiquíssima, quer comunicando de modo consciente, uma retórica estrategicamente orientada. Ao contrário do que dizem os simples, caracterizando o esforço gráfico do rótulo apenas como meio de simples 'sedução', aqui verifica-se um recurso ao desenho como meio de 'persuasão', por vezes convocando um elevado envolvimento intelectual do receptor.

# Identidade técnica do Vinho do Porto

## 2.1 - Identidade técnica do Vinho do Porto

Os caracteres de identidade constroem a história dos sujeitos dotando-os de qualidades ímpares, criadas ao longo de toda a sua existência, e pelas relações com tudo o que lhes é exterior (passado ou presente).

Miguel Torga referiu que *‘O universal é o local sem as paredes’*; também assim o ‘Porto’ ou o ‘Vinho do Porto’ alcançou uma celebridade e uma universalidade incontestáveis, séculos antes da globalização. Universalizou-se, tornando-se talvez, no produto português mais reconhecido em todo o mundo! Esta universalidade vem-lhe da sua identidade histórica, técnica e também cultural. São estas particularidades que lhe conferem singularidade.

Se a actual paisagem nas margens do Douro é hoje testemunho do enorme esforço humano na transformação de um ‘deserto’ de xisto e arbustos numa fascinante paisagem humanizada pelo cultivo da vinha, também as qualidades técnicas do Vinho do Porto são reflexo dos anos de aperfeiçoamento que o caracterizam como único.

Pretende-se pois, de uma forma sintética, ‘identificar’ tecnicamente o Vinho do Porto em três condições distintas: a primeira trata a classificação das vinhas; a segunda a natureza e morfologia dos solos; a terceira a arte dos vinhos, assim tentando minimizar o desconhecimento de factores complexos e pouco acessíveis ao consumidor comum.

### 2.1.1 - Classificação das vinhas

Na Região Demarcada do Douro, é necessário que os produtores façam prova de alguns requisitos das suas propriedades, para que possam ter direito à autorização de beneficiação dos mostos para produção de vinhos generosos.

Um desses requisitos, é a classificação das vinhas, feita de acordo com o clima, o terreno e as castas.

A distribuição do benefício é feita através da atribuição de pontos qualitativos para cada um dos doze parâmetros caracterizados pela tutela do IVDP. A Portaria nº 8198, de 12 de Agosto de 1935, vem fixar parâmetros para uma demarcação mais selectiva dentro da região, tendo por base a altitude e a composição do solo, que são elementos fundamentais na qualidade dos mostos. Com base nesta portaria, a Casa do Douro realizou o cadastro das propriedades e a distribuição do benefício. Às bases de classificação foram acrescentados novos elementos que permitiriam inserir o prédio agrícola numa escala de valores. A cada um dos elementos é atribuída uma pontuação, que permite classificar as propriedades destinadas à cultura da vinha para produção de vinho susceptível de obtenção da denominação de origem ‘Porto’. O somatório das pontuações mínimas só se poderá situar num nível inferior ao intervalo compreendido entre 201 e 400 pontos e a classificação das parcelas destinadas à produção de Vinho do Porto é feita em seis classes que vão de A a F.

Para a atribuição da pontuação são avaliados elementos edafoclimáticos<sup>1</sup> e culturais, como: localização, freguesia e lugar, altitude, exposição, inclinação da parcela, abrigo, natureza do terreno, pedregosidade, castas, idade da vinha, produtividade, compasso e armação.

As pontuações obtidas vão de superior a 1200 pontos para a letra A, à pontuação entre os 201 e 400 pontos da letra F.

A região é dividida em secções e em sectores, sendo as mais pontuadas, a margem esquer

<sup>1</sup>- aspectos que se referem à relação existente entre planta, solo e clima para plantio



da do rio na sub-região do Cima Corgo; a **altitude** (dos 150 m aos 650 m de altitude); a **exposição solar** (de acordo com os pontos cardeais, colaterais e intermédios); a **inclinação/declive** (dos 1 aos 35°); o **abrigo** (proporcionado pelo relevo - as mais pontuadas são muito abrigadas dos ventos frios de norte); a **natureza do terreno** (os xistosos são os únicos pontuados com classificação positiva); pela **pedregosidade** (mais pontuados os muito cascalhentos, até aos pouco ou nada cascalhentos); as **castas** (muito boas, boas, regulares, medíocres e más); **idade da vinha** (mais pontuadas as vinhas enxertadas há mais de 25 anos); **produtividade** (não pode ultrapassar os 55 hl / ha); o **com-passo** (50 pontos positivos para todas as vinhas cuja densidade seja igual ou superior ao mínimo estabelecido por lei); **armação** (se estiverem de acordo com a lei vigente, terão 100 pontos).

## 2.1.2 - Natureza e morfologia dos solos

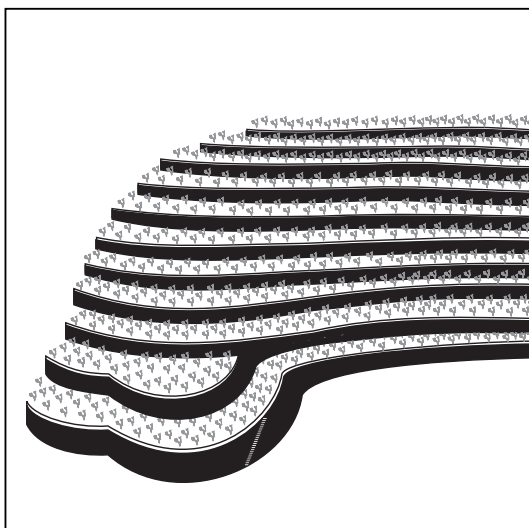
A Região Demarcada é única no mundo devido às suas características específicas, nomeadamente pela baixa fertilidade dos solos, que formam planos acentuados de exposição solar em terrenos secos e xistosos. As difíceis condições de sobrevivência das espécies influenciam a qualidade impar desta produção vinícola.

Os solos da região do Douro pertencem à formação geológica denominada de Complexo Xisto – Grauváquico<sup>2</sup>, com três classes dominantes de texturas: a franco-arenosa, a franca e a franco-limosa. Outras das componentes deste solo são as pedras e o cascalho que se revestem de grande importância para a instalação e o cultivo da vinha. São constituídos sobretudo por *xisto*, rocha laminada e cor ocre. É rico em nutrientes mas de drenagem fácil, o que obriga as raízes das vinhas a descenderem a grandes profundidades através de fissuras nas rochas para encontrarem água. A rocha xistosa é muito importante para a qualidade de vinha, pois a região é muito quente durante o dia, arrefecendo bastante durante a noite e consequentemente, produzindo um amplo arco de variação térmica. Assim, o xisto tem um importante papel que é o de conservar durante a noite a temperatura do terreno mantendo a raiz da vinha a uma temperatura média ideal ao seu desenvolvimento, isto é, permite a absorção da energia radiante. Protege ainda os solos dos efeitos da erosão torrencial.

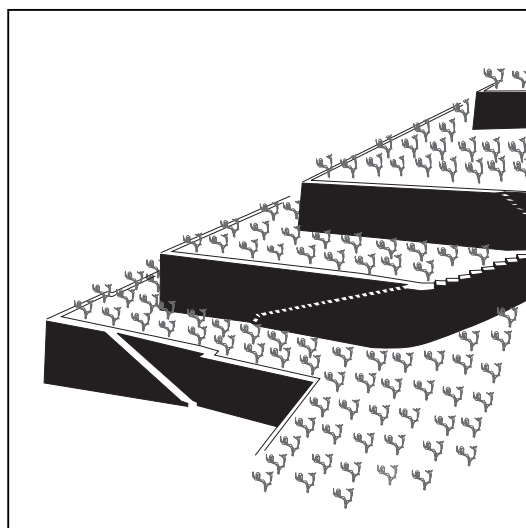
Quanto à fisiografia dos terrenos, verificamos que existem quatro tipologias:

- 1- pequenos terraços, nem sempre regulares e apoiados em muros de pedra solta (não argamassada) e que se sabem anteriores à época da filoxera;
- 2- terraços mais largos, inclinados e acompanhando as curvas de nível; a passagem de uns patamares para outros é feita através de escadas, não permitindo a mecanização;
- 3- com a crise de mão de obra, provocada pelo surto de emigração dos anos 60/70, verifica-se a adopção de patamares estreitos, sem muros de sustentação e que comportam 2 ou 3 fiadas de vinha. São separados entre si por um talude em terra com 150 a 200% de declive;
- 4- de há alguns anos a esta parte, tem sido adoptada, sobretudo pelas grandes firmas produtoras e no sentido de facilitar a mecanização, a plantação feita segundo a linha de maior inclinação, conhecidas por '*vinhas ao alto*'

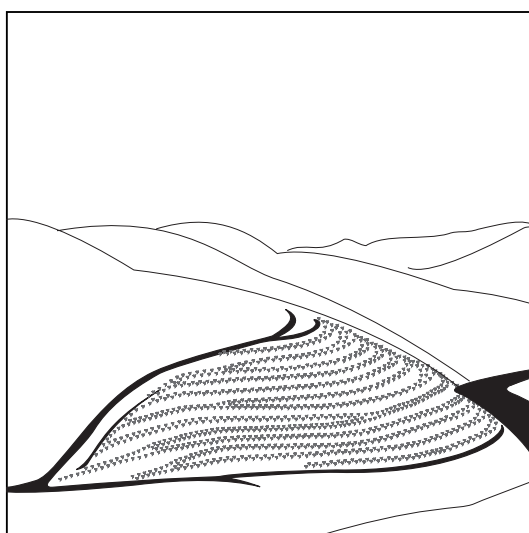
2 - Unidade litoestratigráfica, pré-Câmbrica e/ou Câmbrica, representada em grandes porções do nosso País, na qual abundam os xistos e os grauvauques (rocha sedimentar detrítica, geralmente escura e cimentada/ metamorfozizada).



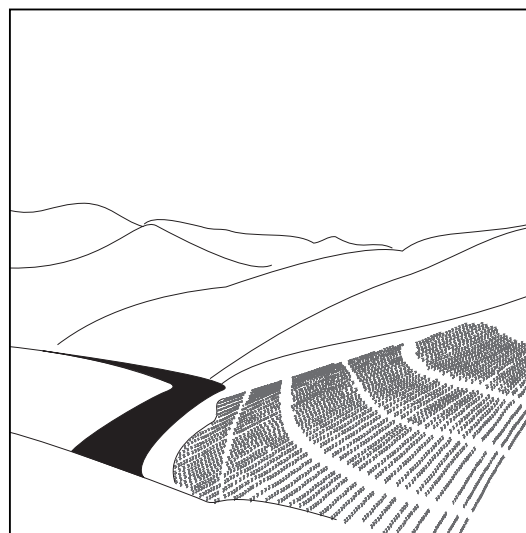
socalcos pré-filoxéricos



socalcos pós-filoxéricos



socalcos em talude de terra



vinha ao alto

### 2.1.3 - Clima e orientação

O clima da região é também um dos factores preponderantes para a produção deste vinho. Reconhecem-se três paisagens climáticas diferentes que, partindo de jusante para montante do rio, se caracteriza pela zona Atlântica, Atlântico-Mediterrânica e Mediterrânica, considerando-se como melhor proveniência a zona Atlântico-Mediterrâneo.

A região fica a cerca de 100 km da costa, onde a cadeia montanhosa do Marão e os vales de declive abrupto a protegem tanto de ventos do Atlântico como dos ventos frios do Norte, criando barreiras às massas de ar húmido vindas do oceano, que perdem parte do seu vapor de água.

É uma região com características climáticas particulares, pois é muito quente e húmida no Verão e muito fria no Inverno. Caracterizada por ser uma zona de pequenas quedas pluviométricas, onde a temperatura oscila em sentido ascendente para quem sobe o rio e no sentido oposto quando nos afastamos dele. As neves são raras, mas o mesmo não se pode dizer das geadas, frequentes principalmente nos períodos de final de Outono e inícios de Inverno.

Devido às condições do solo e do clima, a produtividade da vinha é baixa, mas o sumo daí proveniente é extremamente rico e concentrado.

## 2.1.4 - Vinha e Castas

São utilizadas imensas variedades de castas destinadas à produção do Vinho do Porto, contribuindo cada uma com o seu sabor e características únicas.

As uvas são seleccionadas e colhidas à mão, a partir de sensivelmente meados de Setembro, e mantidas em perfeitas condições durante o transporte para o lagar ou centro de vinificação.

A imensa diversidade de castas existentes na região prende-se com as diferentes localizações de cultivo. A exposição das vinhas é afectada de maneiras divergentes ao longo da região montanhosa e de fortes declives como é a do Douro; afectada pelos níveis pluviométricos e pelas temperaturas que influenciam directamente as castas.

Segundo a legislação vigente as diferentes castas cultivadas na região, tanto brancas como tintas, são classificadas em duas categorias: recomendadas e autorizadas.

As **castas recomendadas** são as que originam vinhos de qualidade superior e acentuada tipicidade, sendo portanto a base da região vitícola; as **autorizadas**, são aquelas que dão origem a vinhos de qualidade aceitável, mas inferior à das castas recomendadas.

Para efeito de registo e classificação, as castas recomendadas são subdivididas em muito boas e boas, com 150 e 75 pontos respectivamente, e as castas autorizadas, devido à sua extensa variedade e dispersão qualitativa, são subdivididas em cinco subgrupos: muito boas com 150 pontos, boas com 75 pontos, regulares com 0 pontos, medíocres com 75 pontos negativos e más com 150 pontos negativos.

As **castas recomendadas** são:

1 - **muito boas** - Bastardo, Donzelinho-Tinto, Marufo, Tinta-Francisca, Aragonez, Tinta-Roriz, Tinto-Cão, Touriga-Franca, Touriga-Nacional, nas castas tintas e Códega, Donzelinho-Branco, Sercial / Cercial, Esgana-Cão, Folgasão, Gouveio / Verdelho, Malvasia-Fina, Malvasia Corada, Boal, Rabigato e Viosinho nas castas brancas

*muito boas - brancas*



donzelinho branco



cercial



esgana cão



folgasão



gouveio ou verdelho



malvasia fina



malvasia corada



boal



rabigato



viosinho



códega

*muito boas - tintas*



bastardo



donzelinho tinto



tinta francisca



tinta roriz



tinto cão



touriga nacional



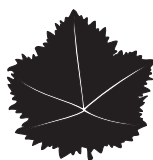
touriga franca

2 – **boas** - Cornifesto, Malvasia-Preta, Castelão/João-de-Santarém/Periquita , Rufete, Trincadeira, Tinta-Amarela, Sousão, Tinta-Barroca, nas castas tintas Arinto/Pedernã, Semillon , Cercial, Sória/Roupeiro, Vital, Moscatel-Galego-Branco, Samarrinho nas castas brancas.

*boas - brancas*



arinto

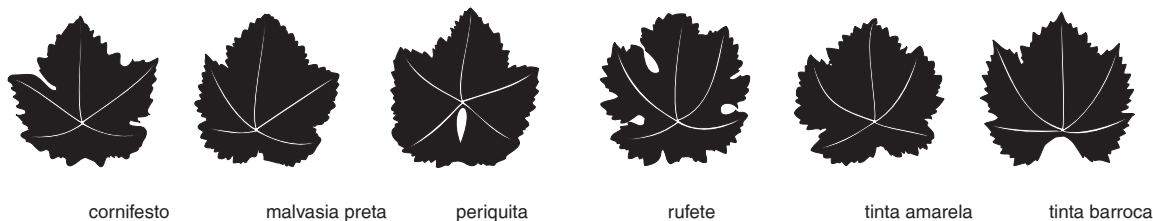


moscatel galego



samarrinho

### boas- tintas



As **castas autorizadas** são:

- 1 -  **muito boas**  -Bical e Gouveio-Estimado em castas brancas
- 2 -  **boas**  - Mourisco-de-Semente , Tinto-Bastardinha , Tinta-Carvalha, Touriga-Fêmea, nas castas tintas e Côdega-de-Larinho, Gouveio-Real nas castas brancas.
- 3 -  **regulares**  - Alvarelhão, Casculho, Castelã, Concieira , Jean, Lourela, Malvasia-Preta, Moreto, Pinot-Noir , Baga, Cidadelhe, Tinta-Tabuaço, Engomada, Tinta-Martins, Melra, Tinta-Penajóia e Tinto-sem-Nome nas castas tintas e Avesso, Barreto, Branco-Guimarães , Ratinho , Estreito, Fernão-Pires /Maria-Gomes, Malvasia-Parda, Arinto, Pedernã, Pinheira-Branca, Praça, Rabigato-Moreno, Folgasão/Terrantez e Verdial-Branco nas castas brancas
- 4 -  **medíocres**  - Alicante-Bouschet, Alvarelhão-Ceitão, Espadeiro, Petit-Bouschet, Tinta-Aguilar, Tinta-Mesquita, Tinta-Pereira, Tinta-Pomar, Roseira e Varejoa nas castas tintas, e Batoca, Alvarelhão-Branco, Branco-Especial, Chasselas, Malvasia-Rei, Mourisco-Branco e Touriga-Branca nas castas brancas.
- 5 -  **más**  - Aramon, Carignan, Carrega-Tinto, Gonçalo-Pires , Grand-Noir, Grangeal, Mondet, Nevoeira, Patorra, Português-Azul, Preto-Martinho, Santareno, São-Saul, Sevilhão, Tinta-Lameira, Malandra, Tinta-Fontes, Nevoeira e Valdosa em castas tintas e Valente, Caramela, Carrega-Branco, Dona-Branca, Diagalves, Jampal, Moscadet, Rabigato, Rabo-de-Ovelha, Sarigo e Tamarez nas castas brancas.

## 2.1.5 – A arte dos vinhos

A arte dos vinhos depende antes de mais dos processos de vinificação e produção, do estágio e suas categorias.

### 2.1.5.1 - Etapas da produção

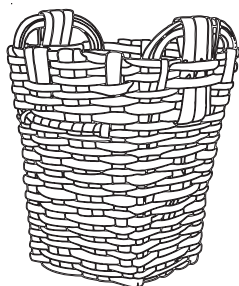
#### A Vindima

As videiras são plantadas nas encostas íngremes, dando à paisagem o aspecto de um anfiteatro que termina nas águas do Douro; a vinha cresce em terrenos secos e ricos em potássio, em linhas que acompanham as curvas de nível.

O solo da vinha é preparado em finais de Outono ou princípios do Inverno, depois é novamente preparado na Primavera.

As uvas amadurecem a partir da primavera sob o escaldante sol que se faz sentir na região, e em meados de Setembro ou inícios de Outubro, dá-se início à colheita/vindima.

Os cestos e os lagares são lavados e os lavradores percorrem a vinha, colhendo as uvas.



cesto duriense de vindima



vindima

## A Produção

Após a vindima, que antigamente era feita com cestos que pesavam cerca de 60 quilos, começa o fabrico do Vinho do Porto.

Tradicionalmente as uvas são lançadas para lagares de granito, depois são pisadas e esmagadas por homens, em número de 2 por pipa.

Na 1ª fase da pisa - 'corta' - pisam-se os cachos, durante cerca de quatro horas; os homens ficam abraçados em filas paralelas e percorrem todo o lagar durante as primeiras duas horas (aqui se inicia o processo de fermentação), depois os lagareiros separam-se, cantando ou conversando entre si.



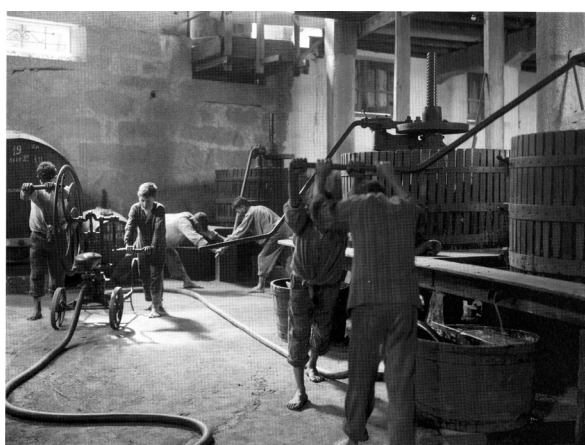
corta



2ª fase - a pisa é interrompida (as cascas em fermentação são deixadas à superfície do lagar), a 'massa' trabalhada descansa durante a noite. De manhã é repisada até o mosto dar a prova, isto é, até que a quantidade de açúcar não fermentado seja aquela que daria um vinho com a doçura desejada.

Na 3ª fase, abre-se o lagar e dá-se início à encuba (altura em que se junta a aguardente vínica de 76° a 78° C), processo que eleva a graduação do vinho e interrompe a fermentação (assim muito do açúcar natural é mantido no produto final), o que vai permitir distinguir as doçuras do vinho e consequentemente as diferentes tipologias. *'Não existe um 'Porto', mas sim vários 'Portos'! As cores vão do branco ao retinto e os seus sabores são muito variados'*<sup>3</sup>.

Na 4ª fase – encuba-se a primeira prensada da massa, e já no tonel inicia-se a 'lota' (homogeneização da massa), deixando cair para uma selha o vinho; através de uma bomba verter-se de novo para a vasilha inicial.



Após a 'corta' e a 'lota', o vinho fica em repouso até finais de Dezembro ou Janeiro, altura em que se efectua a 'trasfega' (primeira separação das borras) e se rectifica a graduação alcoólica; depois envasilha-se em tonéis, cubas ou balseiros, onde amadurece ou envelhece.

Apesar da história secular do Vinho do Porto, a sua produção também se soube adaptar ao desenvolvimento tecnológico que invadiu o mercado, reduzindo o penoso e doloroso trabalho dos lavradores e assalariados, mas mantendo a velha qualidade.

A tecnologia apareceu com os esmagadores manuais e mecânicos que facilitam a 'corta' do lagar, imitando os ritmos humanos, mas sem retirar a qualidade ao vinho. Da mesma forma apareceram as cubas e o homem deixou de intervir directamente no seu fabrico, que é actualmente feito em cubas de fermentação (fechadas ou abertas), esmagando as uvas com seus rolos ou esmagadores centrífugos munidos de bombas. A encuba é feita pelo processo já descrito, sendo a única variante o grau de doçura com que se inicia, pois o processo mecânico é mais rápido e consequentemente com menor quebra de açúcar não fermentado.

No final do processo, o vinho fica apto a permanecer em repouso em tonéis, cubas ou balseiros, nos meses frios de Inverno, permanecendo em amadurecimento ou envelhecimento, sendo que no início do novo ano é trasfegado para remover os sedimentos, procedendo-se então ao enchimento dos cascos que serão transportados para os Entrepósitos. Não pode ser exportado sem passar por um período de estágio de 2 a 3 anos nas caves, onde se processa a maturação.

3 - AAVV, Gaspar Martins Pereira, 'Autour do Porto', ed. ICEP, Lisboa, 1997, pág. 79 (Fernando Bianchi de Aguiar, 'Um vinhedo histórico, um Vinho Universal')

Os melhores lotes são guardados para uma eventual declaração de Vintage (vinhos provenientes de uma só colheita excepcional).

Envelhecem em cascos de madeira (carvalho, castanho ou madeiras exóticas), durante anos ou décadas consoante a qualidade e tipologia dos mesmos. Os vinhos mais novos não envelhecem em garrafas, enquanto alguns continuam o seu processo de envelhecimento mesmo depois de engarrafados, caso dos vintages, dos crusted e dos L.B.V. (Late Bottled Vintage).

*‘O envelhecimento das principais categorias de vinhos do Porto é orientado de formas diferentes, de acordo com o tipo de vinho desejado. Durante os dois ou três primeiros anos, o Porto é submetido a diversas trasfegas, cujo número e intensidade de arejamento variam consoante as características que se pretende que ele adquira na sua evolução’<sup>4</sup>.*

Os vinhos do Porto são pois o resultado do clima, do solo e da arte. São o produto de sensíveis lotações feitas a partir de diferentes colheitas, consoante a sensibilidade do enólogo, de maneira a permitir a continuidade de um estilo próprio e simultaneamente do estilo da própria marca.

*‘O Vinho do Porto tem de ter a doçura do açúcar do Brasil, a riqueza e os sabores das especiarias das Índias. Deve ser como uma chama líquida no estômago, mas não deve queimar como a pólvora de um canhão, de acordo com a definição dada no documento intitulado ‘Resposta dos Comissários Veteranos ... às novas Instruções da Feitoria Inglesa’<sup>5</sup>, em 1754.*

### 2.1.5.2 - Categorias dos vinhos

O Vinho do Porto é uma designação geográfica de origem e não um tipo/categoria de vinho. Existem diferentes categorias de vinho, tipologias e variações de marca, de acordo com diferentes factores, que vão da cor, do tipo de envelhecimento (características dos próprios vinhos), até às lotações. A diferença do período em que a fermentação é interrompida pela aguardentação confere ao vinho o seu grau de doçura. No caso do Vinho do Porto lágrima é interrompida no início da fermentação, o que o torna muito doce; no meio seco a fermentação é interrompida sensivelmente aquando dos tintos – tawnies e nos secos a fermentação é praticamente completa. O Vinho pode ser branco, aloirado ou tinto, doce, seco ou meio seco, novo ou velho, de uma colheita ou de várias... mas, todas elas se enquadram em dois grupos: envelhecidos em casco de madeira ou em garrafa.

Os vinhos envelhecidos em madeira são o resultado de lotações (‘blends’) entre diferentes anos e colheitas e normalmente não apresentam data ou ano de colheita. Quando engarrafados estão prontos a beber e não necessitam de decantação, já que foram filtrados, e como envelheceram em casco, manter-se-ão mais frescos após a abertura. São geralmente apresentados em garrafas verdes e com rolha substituível, também conhecidas por ‘bar-top’.

Os vinhos envelhecidos em garrafa passam curtos períodos em tonéis antes de serem engarrafados. Não são filtrados, são mais robustos/encorpados e necessitam ser decantados, pois criam sedimento. Estes vinhos, mas sobretudo os Vintage continuam a envelhecer em garrafa durante muitos anos. São apresentados em garrafas de vidro muito escuras e a tradicional rolha de embutir.

De acordo com o Regulamento de Apresentação e Designação do Vinho do Porto, distinguem-se os seguintes estilos e categorias: estilo tawny, estilo ruby e estilo branco

4 - AAVV, Gaspar Martins Pereira, ‘Autour do Porto’, ed. ICEP, Lisboa, 1997, pág. 79 (Fernando Bianchi de Aguiar, ‘Um vinhedo histórico, um Vinho Universal’)

5 - AAVV, Gaspar Martins Pereira, ‘Autour do Porto’, ed. ICEP, Lisboa, 1997, pág. 77 (Fernando Bianchi de Aguiar, ‘Um vinhedo histórico, um Vinho Universal’)



**Estilo Tawny** - engloba os tawny correntes, tawny reserva, tawny com denominação de idade e tawny colheita. São vinhos tintos feitos das mesmas uvas que os Ruby, obtidos por lotação com graus de maturação variável, mas que apenas envelhecem dois a três anos nos balseiros, passando depois para as pipas de 550 litros. Nas pipas é permitido um mais elevado contacto do vinho com a madeira e daí com o ar. Assim os Tawny respiram mais, oxidando e envelhecendo rapidamente. Devido à sua elevada oxidação, os Tawny perdem a cor inicial dos vinhos tintos, ganhando tons mais claros como o âmbar, e sabores a frutos secos como as nozes ou as amêndoas. Envelhecimento em madeira.

**Tawny Reserva** - Envelhecido em madeira de carvalho, podem apresentar grande elegância de sabores, numa combinação perfeita entre a fruta da juventude e a maturidade da idade, revelada também pelas suas atractivas cores âmbar médio.

Tawny envelhecidos, ou **com denominação de idade** - Como o próprio nome indica, envelhecem em cascos de carvalho durante um tempo superior aos três anos. São produto de lotações correspondentes à média das idades indicadas (Tawny 10 anos, 20 anos, 30 anos e 40 ou mais anos), que correspondem ao período médio de envelhecimento em casco, antes de serem engarrafados.

Porto **Tawny 10 anos** - revelam um pouco mais de evolução do que o Porto Tawny Reserva, estes vinhos possuem semelhanças, embora com a garantia de que o vinho possui as características de um vinho com dez anos de idade.

Porto **Tawny 20 anos** - com uma gama de cores que vão do âmbar avermelhado ao âmbar dourado, estes vinhos são plenos de frutos e sabores mais evoluídos, concentrados pelo envelhecimento em pequenas pipas de carvalho. Têm grande intensidade de aromas e sabores a baunilha torrada e a frutos secos, equilibrados por notas delicadas de carvalho.

Porto **Tawny 30 anos** - alguns Portos são seleccionados para um envelhecimento mais longo em pipas de madeira. A exposição gradual ao ar concentra e intensifica a sua fruta inicial, originando características mais complexas, como mel e especiarias sublinhados por aromas profundos a alperces secos, avelãs e baunilha.

Porto **Tawny 40 anos** - a classificação de idade final dos Portos Tawny apresenta-nos vinhos concentrados e complexos. Intensos, encham o paladar de aromáticos sabores.

Os anos extra de envelhecimento suavizam a sua cor, sendo que quanto mais velhos forem, mais claras se tornam as suas cores e mais complexos e licorosos ficam os seus sabores. Com a idade, os Tawny ganham maior complexidade aromática, enriquecendo os aromas de frutos secos e adquirindo aromas de madeira, café, chocolate, mel, canela... etc. Nos tawny muito velhos a cor tinto alourado inicial, característica dos vinhos novos vai desaparecendo e passa a tonalidades vermelho acastanhadas, dourada, alourada. Contrariamente aos tintos, no Vinho do Porto branco novo, de cor normalmente amarelo palha, o envelhecimento fá-lo adquirir mais cor, aparecendo o amarelo/dourado a amarelo/acastanhado; já nos vinhos brancos muito velhos a sua cor chega ao âmbar, confundindo-se com a dos vinhos tintos também muito velhos. Os Tawnies envelhecidos encontram-se entre os Vinhos do Porto mais caros do mercado. No rótulo consta a indicação de idade e a data do engarrafamento. Os Tawnies velhos, são vinhos pacientemente '*educados e aperfeiçoados*'<sup>6</sup>

6 - AAVV, Gaspar Martins Pereira, 'Porto, o ouro do Douro', ed. ICEP, Lisboa, pág. 133/137

**Colheita** – são Tawnies de uma só colheita, envelhecidos em cascos por um período mínimo de sete anos, originando vinhos com amplitudes de cor que vão do tinto alourado ao alourado, dependendo da sua idade. Os aromas e sabores evoluem ao longo do tempo originando diversos estilos de Tawnies. O rótulo deverá conter as datas do ano de colheita, que foi considerado excepcionalmente bom para a produção de Vinhos do Porto Tawny, do engarrafamento e ainda o facto de ter sido envelhecido em casco.

Engloba os ruby correntes, ruby reserva, Crusted, LBV, Vintage e o Vintage single quinta

Porto **Ruby** - são vinhos tintos que envelhecem em balseiros, em média três anos. Devido ao baixo contacto com a madeira (porque a relação superfície / volume é pequena) conservam durante mais tempo as suas características iniciais, pela baixa oxidação sofrida. São vinhos muito frutados de cor intensa (procura-se sustentar a evolução da sua cor retinta), com sabores a frutas vermelhas (frutos silvestres ou ameixas, por exemplo) e com características de vinhos jovens. São normalmente encorpados.

Porto **Ruby Reserva** – é o resultado de uma selecção dos melhores vinhos do Porto de cada ano. Encorpados, ricos e de tons vermelho (rubi escuros), em geral ficam de quatro a sete anos em maturação em casco de madeira, sendo depois engarrafados. Não envelhecem na garrafa, que por essa razão deve ser mantida sempre na vertical.

Os envelhecidos em garrafa:

**Crusted** - são blends de vários anos, engarrafados jovens, não filtrados, com qualidades próximas dos vintage e são engarrafados sensivelmente três anos anteriores à data que consta no rótulo. Continuam a envelhecer em garrafa.

**LBV** - Os vinhos do Porto LBV (sigla de Late Bottled Vintage) – são um Porto Ruby de um só ano, seleccionado pela sua elevada qualidade, de uma só colheita, excepcionalmente boa, mas não necessariamente de um 'ano declarado', como no caso dos vintage, e engarrafado depois de um período de envelhecimento de entre quatro a seis anos em balseiros. A maioria está pronta a ser consumida na altura da compra, mas alguns continuam o seu envelhecimento em garrafa (verificar no rótulo). O Porto LBV apresenta cores vermelho rubi intensas, é muito encorpado e rico na boca. Tem a particularidade de estilo e personalidade de um vinho de uma só colheita e a garrafa deve ser mantida deitada. Os LBV eliminam assim a desvantagem dos Vintage em relação ao tempo de espera antes do consumo, e ainda que não seja um Vintage verdadeiro, possui muitas das suas características. No seu rótulo menciona, obrigatoriamente o ano da colheita, a data do engarrafamento e a designação L.B.V. (abreviada ou por extenso).

**Vintage** - são vinhos resultantes de uma só vindima excepcional, de um ano de reconhecida qualidade em que até as uvas são tratadas com cuidados excepcionais e de zonas geográficas definidas. Considerado por muitas pessoas como a jóia da coroa dos vinhos do Porto, é o único Porto que amadurece em garrafa. Engarrafado dois a três anos após a vindima, evolui gradualmente durante 10 a 50 anos em garrafa em atmosfera redutora. O Porto Vintage é atractivo em praticamente todas as fases da sua vida em garrafa; nos primeiros cinco anos mantém a intensidade rubi das cores originais, aromas exuberantes a frutos vermelhos e silvestres e o sabor do chocolate negro, tudo equilibrado por fortes taninos, que combinam na perfeição com sobremesas ricas de chocolate. Após dez anos – e para além de criar um depósito médio – desenvolve tons vermelho granada e

atinge uma plenitude de aromas e sabores a frutos maduros.

À medida que o vinho se aproxima da maturidade, a cor evolui para os tons âmbar, a sua fruta adquire maior subtilidade e complexidade, e o seu depósito torna-se mais pesado. Guardam a sua cor retinta, púrpura, um perfume intenso e frutado, e têm o corpo e aroma da juventude. A cor suaviza com a idade, consoante ganham estrutura e complexidade. O rótulo contém obrigatoriamente o ano da colheita e designação Vintage’.

**‘Single Quinta’ Vintage** - feitos a partir de uvas de uma só quinta e de uma única colheita, o que lhes confere um carácter único. São tratados como os vintages, pois as vinhas são as mesmas dos outros vintages.

O que difere nos vinhos envelhecidos em garrafa, dos envelhecidos em madeira, é que os primeiros passam curtos períodos em tonéis antes de serem engarrafados, são engarrafados sem serem filtrados, e prosseguem o seu envelhecimento na mesma. São mais robustos/encorpados e necessitam ser decantados, pois criam sedimento/depósito. Estes vinhos, mas sobretudo os vintages continuam a envelhecer em garrafa durante muitos anos. São apresentados em garrafas de vidro muito escuras e com rolha tradicional, de embutir. Nesta categoria incluem-se os crusted, LBV, vintage e vintage single quinta.

#### Categorias de Vinho do Porto

Porto **Branco** - são feitos exclusivamente a partir de uvas brancas e envelhecem em grandes baliseiros de madeira de carvalho (20 mil e mais litros), ou em cubas de inox, não mais de 18 meses. Tipicamente os vinhos do Porto brancos são vinhos jovens e frutados (não menosprezando as reservas) e são o único vinho de Porto que se categoriza quanto à sua doçura. Há assim brancos extra-secos, secos, meios-secos, doces, muito doces ou lágrima e ainda o reserva branco. Devido à forma como o Vinho do Porto é produzido, nunca é completamente seco, guardando sempre alguma da sua doçura inicial, sendo por isso comum encontrarem-se brancos ‘secos’ com alguma doçura. O seu teor alcoólico varia entre os 19° e os 22° / vol.; apenas os secos light têm 16.5°. Quando o amadurecimento se processa com recurso à oxidação, a cor vai escurecendo com a idade, com tendência a passar aos tons palha, mais ou menos carregados de dourado.

O Vinho do Porto que envelhece até três anos é considerado standard. Todos os outros vinhos que fiquem mais tempo a envelhecer na madeira ou na garrafa, pertencem a categorias especiais, quer porque as uvas que lhe deram origem são de melhor qualidade, quer por terem sido produzidos num ano excepcionalmente bom em termos climatéricos. Assim, entre as categorias especiais, é comum encontrar os Tawny com denominação de idade (envelhecidos), os Reserva, os LBV, e os Vintage e, menos regularmente, os Colheita.

#### 2.1.5.3 - O Transporte

Até 1965, o transporte dos vinhos do Douro era feito pelos barcos rabelos. Antigamente, as pipas eram conduzidas em carros de bois até à margem do rio e depois transportadas nos rabelos

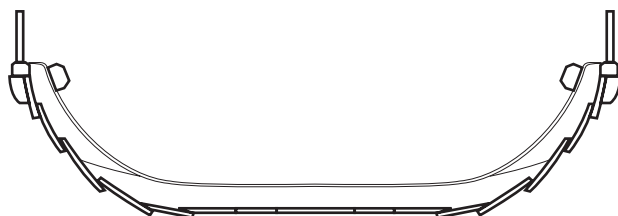
até ao entreposto em Vila Nova de Gaia. A partir de 1965, o transporte passou a ser realizado mais rapidamente por via ferroviária ou rodoviária, mas a viagem em rabelos só foi extinta após a construção da barragem do Carrapatelo. Actualmente o seu transporte é feito em camiões cisterna.



### 2.1.5.3.1 - O rabelo

O presente estudo sobre o artefacto barco rabelo, recorreu aos contributos científicos do arquitecto *Otávio Lixa Filgueiras*<sup>7</sup>, do Museu do Vinho do Porto (Porto) e à informação disponibilizada pelo site do fotógrafo *António Amen*<sup>8</sup>.

O Douro foi, durante séculos, a grande via comunicacional por onde se processava grande parte da vida económica da região e, em particular, do Vinho do Porto. Este rio é dividido por troços, desde o Douro internacional até à foz no Porto. Se considerarmos o primeiro troço, aquele que se situa entre a fronteira e Barca d'Alva, temos um rio de montanha com rápidos e imensa dificuldade de navegação. A sua navegabilidade restringia-se a pequenas travessias, e como os barcos '*navegavam como cestos à tona da água*', era necessária uma embarcação específica. No segundo troço, mais navegável, os acidentes eram de menor frequência. Os barcos têm espadela e o fundo chato, proporcionando melhor maneabilidade. No terceiro troço, perto da foz não existem acidentes o seu curso e os barcos têm uma secção menos larga, bordas mais altas, formas mais rígidas, bicos mais agressivos, e o fundo é já de tábuas sobrepostas.



Corte transversal dos barcos na genealogia directa do barco rabelo

7 - Filgueiras, Octávio Lixa, 'Barco rabelo, um retrato de família', ed. Calém, V.N. Gaia, 1989 (depósito legal n.º 3061/89)

8 - <http://amen.no.sapo.pt/O%20Vinho%20do%20Porto.htm>

Mas, o 'ex-libris' do rio Douro é o barco rabelo. O barco não tem quilha, tem fundo chato e a sua construção é feita com tábuas sobrepostas ou tábua trincada. O rabelo pertence à vasta genealogia de embarcações fluviais do Douro, que apresenta diferentes modelos (valboeiro, rabão, rabelo, barcos das padeiras), dos quais alguns estão intimamente ligados à navegação em curso de montanha e ao transporte de Vinho do Porto.

Apesar da sua origem deixar dúvidas por não apresentar características marcadamente de barcos nórdicos, mediterrânicos ou orientais, sabe-se que os primitivos barcos do Douro eram feitos em couro, forrado com peles de animais, e aos quais sucederam os barcos em madeira, cuja construção se assemelha à dos barcos do norte da Europa. Apesar de já navegarem no Douro, *'não parece provável que os romanos tivessem introduzido a actual família de barcos, tão diferente da dos seus efectivos normais'*<sup>9</sup>.

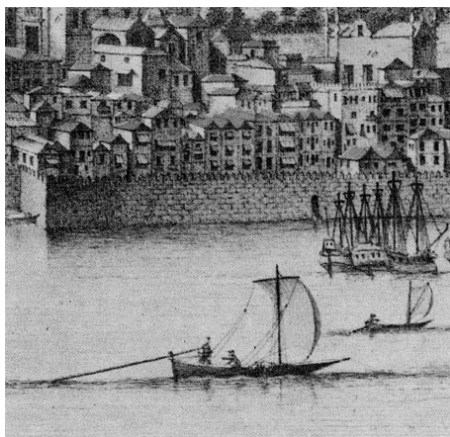
Foram surgindo novas características nestes barcos que permitiram a sua adaptabilidade a este rio como, por exemplo, a vela quadrada, cujo formato era comum tanto aos barcos do norte como nos do sul, mas os do norte só usavam um mastro, enquanto que os do sul usavam também um mastro à proa. Quanto aos remos, *'vemos que eles se integram, de algum modo, no grupo que parece proceder de povos com tradições totémicas'*<sup>10</sup>.

Segundo Octávio Lixa Filgueiras ... *'só em 1712 nos aparece uma descrição tipológica mais evidente: 'barçaça familiar do Douro que tem por leme um remo grande a que chamam espadela, e*

*que tem mais dois remos de cada banda com que se governa... já se encontra registada num precioso texto de 1631: 'navega-se el rio com grandes barcas, que en lengua portugueza desta ciudad se llaman azurrachas'*<sup>11</sup> *de porte de algunas de más de 30 toneladas que sin tener de carga más de sessenta pipas de Paria'*<sup>12</sup>

Em 1789, o barco de carga do Douro (rabelo ou rabão), apresenta o mastro sobre a proa e o bico parece menos apontado mas, por outro lado, o rabo do barco encontra-se mais elevado.

Em 1791, numa gravura de Marques de Aguilar, aparece uma imagem dos rabelos mais próxima da dos nossos dias, *'com o mastro atrasado até umas apegadas muito desenvolvidas, em perfeita relação com a volumosa carga de cascos de vinho – o que parece pressupor uma evolução de formas que se teria processado afinal muito próximo do séc. XIX...'*<sup>13</sup>



Gravura de Marques de Aguilar, de 1791

9 - Filgueiras, Octávio Lixa, 'Barco rabelo, um retrato de família', ed. Calém, V.N. Gaia, 1989, pág. 17

10 - <http://amen.no.sapo.pt>

11 - 'azurracha' ... do termo medieval azora, qualidade de vinho, em lógica relação com a principal utilização dessas embarcações

12 - Filgueiras, Octávio Lixa, 'Barco rabelo, um retrato de família', ed. Calém, V.N. Gaia, 1989, pág. 20

13 - Filgueiras, Octávio Lixa, 'Barco rabelo, um retrato de família', ed. Calém, V.N. Gaia, 1989, pág. 21/35

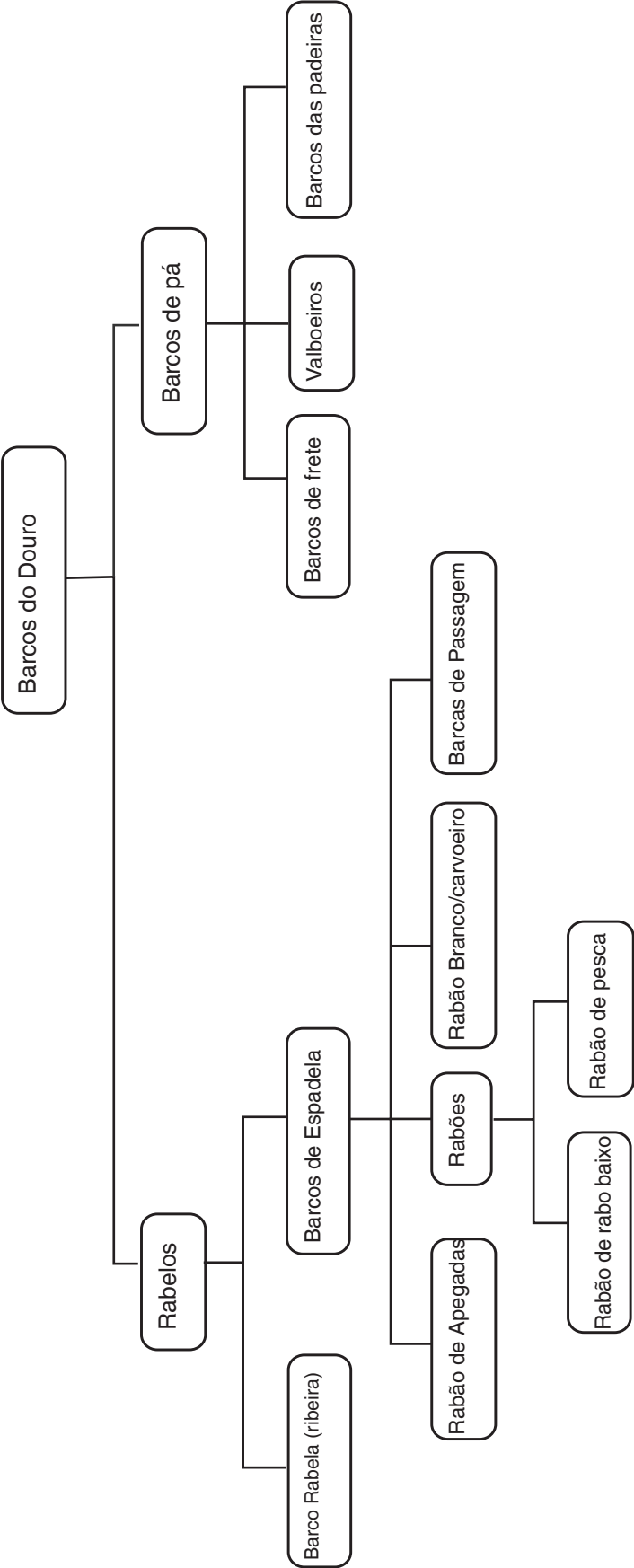
Nas décadas de cinquenta e sessenta ainda era possível ver-se no Douro esta família completa de barcos, que se divide em dois grandes grupos. A primeira grande distinção dos barcos, é feita a partir do mecanismo de manobra que num dos casos é a espadela, ou seja o *'grande remo'* que serve para manobrar e que está sujeito a um eixo fixo, o tornel.

No outro caso/grupo o remo de remar, ou pá, é utilizado se necessário para governar, mas trabalha sem o tornel, ou seja solto. Outra distinção é feita a nível dos cascos.

O grupo dos rabelos e rabões, ou seja, os barcos de espadela, não têm quilha e têm o fundo chato [o sagro], formado por número ímpar de tábuas e alargado de forma lenticular em número ímpar de tábuas; no caso dos barcos de pá, tipo valboeiro que eram usados no transporte de passageiros e na pesca, o fundo é formado por uma tábua [a cal], completada por 1 ou 2 tábuas (já inclinadas) a cada lado, denominadas fundos. Nestes barcos as formas são mais rígidas, com bicos mais agressivos, *'em parte mantidos no subgrupo dos rabões brancos/ rabões carvoeiros, apesar do fundo destes ser mais alargado'*<sup>14</sup>. O arredondamento das formas caracteriza os rabelos e rabões de maior escala. O dimensionamento dos rabelos era proporcionado pela carga medida em número de pipas que, por sua vez, condicionavam o número de cavernas estrutura transversal de amarra-mento das tábuas longitudinais.

---

14 - Filgueiras, Octávio Lixa, 'Barco rabelo, um retrato de família', ed. Calém, V.N. Gaia, 1989, pág. 16

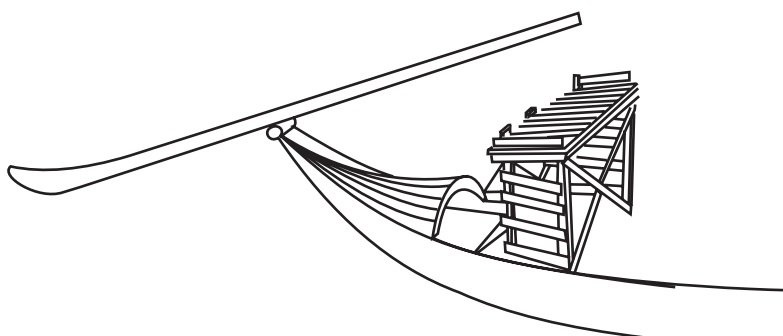


Árvore Genealógica



A Ribeira era a praça de comércio onde aportavam os rabelos que transportavam as pipas do Vinho do Porto.

Na família dos barcos de espadela, quase tão longa como o próprio barco, apresentando uma espécie de 'rabo' a que deve o nome de rabelo. Era a mais conhecida e típica embarcação do Douro. Destinava-se ao transporte de pipas de vinho através do rio até às caves de Gaia. Temos no rabelo, o taburno ou coqueiro, que é uma pequena câmara, reminiscência dos barcos do norte.



Perspectiva do taburno ou coqueiro do barco rabelo

Com comprimento de 19 a 23 metros, tripulada por seis ou sete homens, apresenta uma vela quadrada e *'sensivelmente a meio e para a ré elevam-se as apegadas, o castelo onde é manejada a espadela, um remo longo que governa a embarcação'*<sup>15</sup>, de fundo chato sem quilha externa, pontudo nas duas extremidades, de secção trapezoidal, bordos de trincado simples, de construção pesada e grosseiras de madeiras vulgares, geralmente pinho ou castanho. Navegava com a corrente, à vela ou à sirga - puxado por juntas de bois, conforme as circunstâncias e as possibilidades. O mastro, só era montado nas viagens ascendentes, dado o regime dos ventos do rio.

Nas descidas do rio, estes barcos eram conduzidos pela força da corrente depois de devidamente colocados/apontados, para subir eram por vezes puxados à sirga, com ou sem a ajuda de bois. A sua tonelagem é variável (,) mas, em média, carregavam aproximadamente 50 pipas. Houve no entanto épocas em que comportavam 70/80 ou até 100 pipas. Devido ao grande risco que apresentavam para navegar o Douro, uma prudente medida legislativa de 1792 proibiu a construção de barcos de tais dimensões, bem como a navegação nocturna.

A construção do rabelo está subordinada às dimensões das pipas. A forma do casco é o resultado duma *'modulação em rumos, antiga medida de construção naval correspondente ao espaçamento das cavernas, e sensivelmente igual a meia pipa, já que a distribuição da carga (cascos de vinho) obedecia a regras, ficando a primeira camada assente directamente nas ditas cavernas. Por isso, a divisão do fundo chato (sagro) para localizar estas peças era uma operação crucial: 'X' rumos marcados no sagro tinham de corresponder a 'Y' pipas da carga total da embarcação'*<sup>16</sup>

Havia os barcos maiores, chamados matrizes, e os menores, designados por trafegueiros, que também podiam receber o vinho a transportar, desde que fosse presente o feitor ou confidente.

Os rabelos eram obrigados a distribuir a carga de secos para os trafegueiros.

Mantido formalmente inalterado durante séculos, construído em pinho ou castanho e com a sua humilde vela de linho, feita por mãos rudes e técnicas primitivas, resultou numa concepção

15 - Texto do Museu do Vinho do Porto

16 - Filgueiras, Octávio Lixa, 'Barco rabelo, um retrato de família', ed. Calém, V.N. Gaia, 1989, pág. 46/48



equilibrada, *‘imponente de aspecto, altivo de porte, verdadeira embaixada de uma grande época já distante’*<sup>17</sup>.

Após ser lançado à água, o rabelo só sai em caso de necessidade de reparação. Colaborador da prosperidade duriense, é o brasão de armas da região, não podia deixar de vir a tornar-se um símbolo heráldico.

#### 2.1.5.4 - O Envelhecimento do vinho

Depois da sua chegada ao entreposto de Gaia, o Vinho do Porto repousa em armazéns até amadurecer ou envelhecer e ser posteriormente engarrafado. É colocado no mercado de um a dezenas de anos mais tarde, consoante a categoria em que esteja inserido.

O Vinho do Porto amadurece guardado em grandes pipas de estágio prolongado, normalmente em madeira de carvalho e com capacidade média de 600 a 650 litros. As pipas maiores, conhecidas por balseiros, têm uma capacidade de 60.000 litros e é nestes que o vinho novo repousa pelo período de um ano.

#### 2.1.5.5 - A Qualidade e o selo de garantia

O Instituto do Vinho do Porto, organismo criado em 1933, passou a coordenar as actividades da Casa do Douro e do Grémio dos Exportadores e teve como função o estudo e promoção da qualidade, fiscalização e propaganda do produto. Deveu ainda uma importante quota de responsabilidade na recuperação e dinamização do sector, na promoção e imagem externa do Vinho do Porto e na qualidade através da certificação da denominação de origem. O controle de qualidade e defesa do bom-nome do Vinho do Porto obriga à recolha sistemática e periódica de amostras anónimas de todos os vinhos vindos do Porto que serão sujeitos a uma rigorosa avaliação pela sua câmara dos provadores. Após engarrafamento do vinho, para entrada no circuito comercial o IVDP procede ao teste final de qualidade. Se o mesmo satisfizer os requisitos necessários, adquire o direito a usar a denominação ‘Porto’, ao certificado de denominação de origem e ao Selo de Garantia que, colocado sobre a rolha da garrafa, serve para comprovar a sua inquestionável qualidade.

---

17 - <http://amen.no.sapo.pt>

# Identidade Visual do Vinho do Porto

## 2.2.1 - Objectivo do estudo e Intenção estratégica

O objectivo deste levantamento centra-se na interpretação gráfica dos signos visuais do Vinho do Porto, a partir da representação das suas marcas e incidindo particularmente nas características eleitas como mais relevantes para a identificação visual (não verbal) e internacional do produto a partir da sua embalagem.

- 1- tamanho, cor e forma do contentor (tipologia de perfil da garrafa), tipologia e cor de encapsulamento
- 2 - dimensão da área de ocupação do rótulo (em papel ou directamente serigrafado)
- 3 – anatomia da rotulagem (rótulos, contra rótulos, gargantilhas, rótulos complementares, cápsulas e selos de certificação)
- 4 - anatomia do rótulo (dimensão, análise cromática e decomposição de elementos constitutivos mais frequentes e processos de impressão)

Estas características foram tratadas sob três perspectivas: a Identidade Visual do Vinho do Porto (produto); a identidade das diferentes categorias e ainda dos estilos de Vinho do Porto considerados pelo IVDP (branco, ruby e tawny).

Conhecendo-se o Vinho do Porto como um dos mais antigos produtos classificados do mundo (a sua produção e comercialização está regulada desde 1756), não poderemos abdicar do processo de evolução a que tem sido sujeito, sobretudo nos últimos 75 anos (institucionalizado em 1933 pelo IVP), período em que sofreu maior divulgação sobre a aparência de produto engarrafado sob marca creditada. Lembramos que só em 1996 se verificou a implementação real do dispositivo criado em 1967, que obrigava à exportação engarrafada do produto.

Observando o exercício comercial dos produtos do Vinho do Porto nos últimos 50 anos, verificamos facilmente duas ordens de evolução: uma evolução diacrónica nos argumentos retóricos graficamente evocados pelos seus rótulos (persuasão através da imagem) e uma evolução sincrónica das categorias em que o vinho se tem subdividido em cada época. Simultaneamente um discurso denotativo e outro conotativo, em que o objectivo e o subjectivo se encontram associados para comunicar a mensagem do vinho. Assim, genericamente reconhece-se uma tipificação média dos argumentos retóricos na diferenciação cronológica de rotulagens por estilos – arte nova, regionalista/Estado Novo, moderno inglês/lacónico, pós moderno... – paralelamente reconhece-se também uma tipificação média da divisão por diferentes categorias de vinho em cada uma das épocas. Naturalmente apoiada na criteriosa legislação do Instituto do Vinho do Porto/IVDP, que contemporaneamente legitima as seguintes categorias: *brancos* avaliando/identificando os graus de doçura – lágrima, doce, seco, meio seco, extra seco – os tintos correntes (de 3 a 6/7 anos) distinguem-se por cromocronismo (variação da cor ao longo do tempo), dando origem aos *tawnies* e *rubys*, os estagiados classificados por tempo de estágio medido em décadas e os engarrafados para estágio (que são classificados vintage, LBV, crusted ou colheitas) valorizando-se o ano de colheita e de engarrafamento.

Nos eixos das distinções sincrónica e diacrónica dos produtos Vinho do Porto encontramos como critério de valorização e distinção o apelo aos seguintes argumentos denotativos e conotativos:

**Valores denotativos:**

1 - *mito de origem* – o local da sua produção, a sua região, sub-região, quinta ou zona de colheita, assim como a identificação dos agentes distribuidores - matéria prima, identificação das espécies vitícolas e respectiva percentagem de composição do vinho.

**Valores conotativos:**

1 - *creditação externa* – identificação de prémios e distinções obtidos pelo produto, ou outras certificações de qualidade, como o selo do IVP e prescrições pelas casas reais, etc.

2 – *construção /posicionamento comunicacional* - construção de argumentos publicitados através de eventos ou por empatia simbólica/emocional da sua comunicação, podendo ainda adquirir notoriedade por creditação institucional externa, como por exemplo os casos do Vinho do Porto Cruz Vermelha ou Farmácia Vitália.

Procuraram-se sinais de implicação entre os valores denotativos e conotativos, com a diversidade morfológica dos perfis das garrafas, não tendo sido conclusiva a causalidade de uma sobre a outra, a não ser em alguns exemplos de embalagens fora de série, evocando os antigos jarros de cristal lapidado.

Quanto ao **eixo da distinção diacrónica**, atendendo ao período de incidência destes produtos gráficos facilmente se compreenderá que os estilos detectados não constituem exemplos de singular pureza, mas antes ensaios híbridos e ingénuos que revelam sobretudo carência de rigor estético na tentativa persuasiva e empática de se aproximar às expectativas do consumidor.

O período foi escolhido por condição dos documentos disponibilizados pela obrigatoriedade das marcas sujeitarem a aprovação dos seus rótulos no IVP, a partir da sua constituição em 1933. Os últimos setenta e cinco anos de exercício promocional do Vinho do Porto, reflectidos nos exemplos analisados, permitirão caracterizar globalmente a génese da sua identidade, já que o volume de garrafas até aí distribuído era incomparavelmente inferior ao que se tem verificado posteriormente. Deverá notar-se ainda que com respeito ao vinho exportado, só a partir de 1996 se verifica de facto a obrigatoriedade de ser engarrafado e rotulado na origem. Consequentemente os exemplos posteriores ao ano de 1996 apresentam um índice de representatividade internacional bastante superior ao período anterior.

Os argumentos retóricos evocados pelas embalagens do Vinho do Porto parecem condicionados pelos mercados de comercialização e exportação, alicerçando-se quer no espírito do tempo (fortes reminiscências do higienismo termalista do início do século) quer nas qualidades atribuídas ao Vinho do Porto de carácter terapêutico, tonificante, desinibidor ou mesmo nutritivo. O posicionamento desta bebida enquanto fármaco enriquecido com quinino, vem claramente explicitado quer pelo engarrafamento personalizado para as farmácias como a Vitália (Porto) ou mesmo para a Cruz Vermelha, quer por informação explícita do distribuidor inscrita nos rótulos, recorrendo a expressões do tipo: *‘tónico, regenerante, reconstituente por excelência para convalescentes de anemia, linfatismo, envelhecimento, indigestão ou por excessos de qualquer outra natureza’*. Independentemente dos argumentos pseudo científicos e génese do modernismo emersivo fundados quer na prevenção, quer na terapia, da saúde dos consumidores. Outros argumentos aparecem veiculados na publicidade da Ramos Pinto dirigidos aos mercados nacional e sobretudo brasileiro, recorrendo a uma sensualidade lasciva sob um estado de desinibição para que este vinho constituía um meio recomendado.



Vinho toni-nutritivo

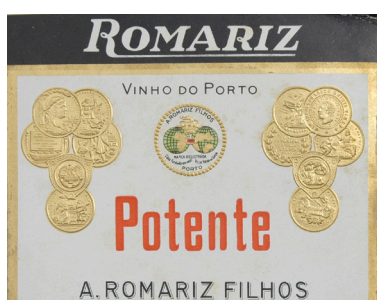
Vinhos baptizados por designações como *capricho*, *jovial*, *delicioso*, *regenerante*, *invejável* ou *preciosidade*, associados a uma iconografia do arabesco arte déco por vezes integrando representação de figuras femininas parcialmente despidas e em posições sensuais de espreguiçamento, que lembram os cartazes de *Mûcha* (1860-1939), sugerem atributos ‘femininos’ ao Vinho do Porto, irresistíveis a consumidores masculinos.



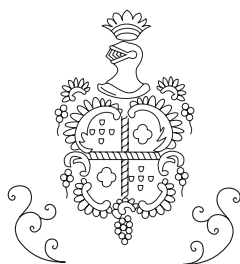
Complementarmente outros exemplos recorrendo a representações conotativas de poder político, social e até mesmo sexual, designam o Vinho do Porto como ‘*magnífico*, *admirável*, *supremo*, *vitorioso* e *potente*’, talvez evocando um carácter mais masculinizado, dirigindo-se a segmentos de mercado eventualmente mais sugestionáveis.



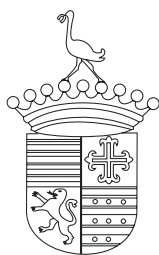




O processo de valorização visual das marcas, passa ainda pelos índices de creditação tanto interna como externa. Partindo do pressuposto que só se considera Vinho do Porto aquele que foi alvo de registo e autorização do IVP, passando a ostentar o respectivo selo de qualidade/garantia, a sua distinção externa era visível pela atribuição de medalhas de ouro ou prata nas feiras e exposições internacionais abundantes na época (só na década de trinta identificam-se cerca de quarenta exposições ou feiras comerciais internacionais), frequentemente reproduzidas no próprio rótulo. A creditação interna é normalmente fundada na denominação de origem (nomes de quintas da região ou de produtores), associadas à identificação dos distribuidores, frequentemente comunicados como pessoas singulares, notabilizados por brasão, e avalizadas pela sua assinatura.



Sousa Guedes



Ferreira



Misa



Pinto's

À parte dos valores '*milagrosamente*' evocados e dos valores creditados pelo produtor ou pelo distribuidor, o IVP associado à cultura britânica terá contribuído para a valorização técnica do produto em si mesmo, apelando para a caracterização das espécies vitícolas que integram a composição do vinho, dos estados cromáticos da sua maturação, dos anos a si atribuídos, das datas de colheita e até mesmo dos aromas associados, valorizando o vinho por si, pelas suas qualidades organolépticas e não pela sua natureza social ou terapêutica. Consequentemente atribui-se a este terceiro paradigma de motivação gráfica, o domínio tipológico onde se inscrevem os rótulos exclusivamente tipográficos, com maior sobriedade metafórica, simbolicamente alicerçados numa retórica de qualidade absoluta do produto pelo rigor da sua nomeação.



Butler Nephew - vintage 1955



Qta de Vargellas - vintage 1952

Concluimos portanto poder dividir os objectos gráficos analisados em três grandes categorias de argumentação retórica:

- 1 - promocionais evocativos por qualidades associadas ao seu consumo;
- 2 – creditados pela origem, quer pela genuinidade do produtor, quer pela '*nobreza*' do distribuidor;
- 3 – pela caracterização das suas qualidades técnicas (tipo inglês);

Se estas três classes de argumentação têm uma incidência evolutiva ao longo da história, na relação directa da sua hierarquia, partindo de um estado conotativo de efeito mais alienante, passando para outra centrada numa estratégia corporativa de valorização pela identidade da marca, até chegar finalmente a uma terceira classe (fase de maior valorização do produto embalagem), numa valorização da individualidade denotativa mais vocacionada à experimentação/degustação.

Deste modo o extenso universo de amostras analisado agrupa-se sob um domínio de classe

em estilos retóricos, ainda que se identifique uma coerência ontológica na relação estilo/classe.

Na primeira classe proliferam exemplos de ascendência estilística arte nova, regionalista/Estado Novo, moderno inglês/lacónico, pós moderno, etc; na segunda classe estão presentes essencialmente aquelas marcas que desenvolveram uma estratégia iconográfica de convergência nos seus próprios símbolos comuns entre aquelas que se encontram comercialmente melhor organizadas; na terceira classe encontramos uma postura mais recente, de verdadeira especialização técnica no desenho de produtos de alta qualidade, tanto em grandes marcas como em pequenos produtores, cuja identidade não se pode já reduzir a um simples rótulo sobre uma garrafa universal mas a um produto embalagem dedicado a uma determinada experiência sensorial, desenhada holisticamente.

Numa *visão sincrónica* da produção gráfica das embalagens de Vinho do Porto e porque as marcas não têm a mesma velocidade de actualização gráfica e cultural, poderemos encontrar exemplos destas três grandes fases evolutivas da história da embalagem do Vinho do Porto.

Do ponto de *vista diacrónico*, verifica-se que de meados do século XIX a inícios do século XX, a Europa esteve em constante mudança artística. As diferentes correntes estéticas sobrepuseram-se e coabitaram como nunca antes o haviam feito.

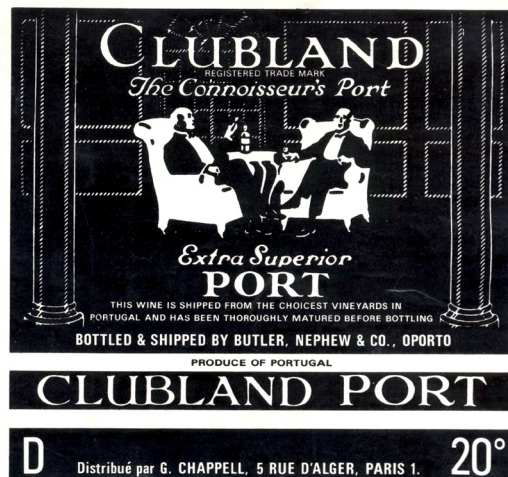
As enormes alterações sociais do século XIX, com a expansão da indústria, criaram grandes riquezas, concentradas sobretudo nas novas cidades. Esta revolução industrial cria uma enorme variedade de bens, muito mais acessíveis do que alguma vez o foram. Esta riqueza de que a Europa era detentora (até ao período anterior à primeira guerra mundial), reflectia-se no consumo de pequenos objectos que permitiam às classes média e alta afirmarem a sua posição social, e às classes emergentes mostrar o luxo e 'bom gosto' do conforto adquirido. É neste contexto que se assiste à afirmação da burguesia, estimulando um inovador movimento de ideias que relacionam arte com ciência, designado por arte nova, e que constituirá o alicerce do modernismo. A arte nova ou moderna, surge quase simultaneamente em Barcelona, Bruxelas, Paris, Viena, Munique e Glasgow', tomando em cada uma destas culturas uma expressão particular.

A profusão de linguagens artísticas quer pela evocação eclética da época quer pela variedade expressiva que a arte nova tomou em cada nação, quer ainda pela liberdade gráfica oferecida pela nova tecnologia litográfica, justificam a diversidade de propostas de rotulagem com que se embaleou o vinho do Porto durante meio século, entre finais do século XIX e meados do século seguinte, convergindo num esforço delirante de apelo ao consumo desta bebida. Querubins, crianças, índias brasileiras desnudadas, lavradeiras minhotas folclóricas e carregadas de ouro, santos ou monges, escritores, faunos e cavalheiros surgem ao lado da designação Vinho do Porto assediando ao consumo.









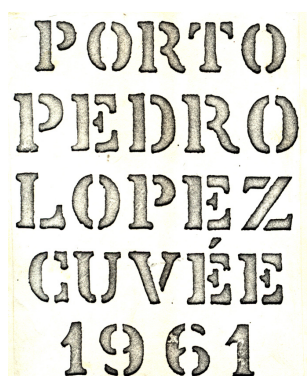
Neste início de século em Portugal, o ambiente cultural apresentava-se com carácter tradicionalista e pouco receptivo a novas iniciativas. Quanto ao panorama geral das artes, verificava-se que o gosto nacional, tanto de monárquicos como de republicanos, se prendia com o classicismo e com o naturalismo de final do século anterior, verificáveis por exemplo nas obras José Malhoa e Columbano Bordalo Pinheiro.

Com a revolução de 1910, o panorama político em Portugal alterou-se, mas o ambiente cultural e artístico pouco ou nada se modificou. A implantação da República não foi suficiente para liberalizar as mentalidades, e alguns dos nossos artistas rumam a Paris, considerada na época, a 'capital' europeia das artes, onde permaneceriam durante vários anos.

Com o eclodir da primeira grande guerra, em 1914, muitos dos artistas que aí se encontravam, regressam a Portugal (caso de Amadeo de Souza-Cardoso e Santa-Rita Pintor), e outros que fugindo da guerra, se exilavam no nosso país (caso do casal Delaunay). E é assim que em Portugal vão aparecendo os primeiros registos modernistas (cubismo, futurismo, surrealismo...). Ficaram conhecidos como os Primeiros Modernistas, mas a sua afirmação cultural vai ter maior incidência a nível literário que nas artes plásticas, pese embora o exemplo das revistas da época como a *Bertrand*, *ABC* e *Magazine Civilização*.

Em 1916, com a inauguração da primeira exposição de Amadeo de Souza-Cardoso, acontece a verdadeira 'inovação' na pintura e cultura nacional. Em 1917, José Malhoa, expõe o quadro 'O Fado', de teor fortemente naturalista, que foi considerado pelos aristocratas decadentes como a pintura emblemática do espírito do tempo, evocando um certo retrocesso de mentalidade, ao preferir a imutabilidade do destino e seu romanceamento psico-social, como alternativa à reinvenção moderna e científica da sorte humana, mais próxima do espírito de Amadeo de Souza-Cardoso e de Santa-Rita. O modernismo vai sendo trocado por uma estética regionalista que na década de 30, ainda persistia (exemplo disso foi a homenagem feita a Malhoa em 1928), recuperando os ideais modernistas da arte nova na viragem do século. Talvez pela pouca penetração que tinha nas classes sociais média e baixa, o modernismo pouco se fez sentir na produção de rótulos que passa do estilo regionalista a um estilo vitoriano por contaminação dos grandes distribuidores ingleses e principais centros de importação do Vinho do Porto.

Neste sentido surge um redobrado esforço tipográfico que misturará o neoclassicismo com o barroco, acrescentando-lhe um modernismo de teor mais funcionalista, com um estilo mercantilista oitocentista. O recurso às escritas caligráficas, aos tipos talhados directamente na chapa (cooper plate) e as máscaras de stencil usadas para rotulagem rápida de mercadorias e garrafas, são recuperados artisticamente como figuras deste novo estilo.





Em 1916, Raul de Caldevilha (fundador da empresa gráfica do Bolhão), enquanto embaixador de Portugal na Argentina, preocupava-se já com o marketing e publicidade dos vinhos, usando o cartaz e o rótulo para os promover. Estes meios deram ao Vinho do Porto um discurso próprio, simultaneamente *'capaz de combinar os recursos de texto complexo e sintético, capaz de combinar os recursos de texto e imagem, de caligrafia e da cor, dos fundamentos comerciais e estéticos, recorrendo a uma linguagem muito expressiva'*<sup>1</sup>. Foi então surgindo uma imagem associada ao Vinho do Porto, a que não fomos indiferentes, mas que também não valorizámos. Diogo Macedo foi um dos maiores designer's publicitários do Vinho do Porto e faz uso muitas vezes, da figura feminina elegante e do homem culto e elegantemente vestido, para captar a atenção.

Estes artistas trabalhavam sob encomenda, muitas vezes feita através das oficinas litográficas.

O cartaz foi talvez o meio gráfico mais divulgado e praticado a seguir à ilustração, pois tem a capacidade da síntese, e a característica de se dispor de menor tempo de reconhecimento da mensagem e maior assimilação de informação. No cartaz, a estilização das formas e uso da cor são uma estratégia para a maior captação/recepção visual, o que denota uma opção artística consciente, alternativa à arte naturalista, tradicional e dominante.

O regime do Estado Novo, percebe então a força política que o cartaz pode ter e começa progressivamente a apoderar-se desta linguagem como meio de comunicação fundamental para transmitir as suas ideias chave a um público-alvo muito abrangente. Assumem a sua vertente naturalista, mostrando paisagens rurais, campos de cereais com ou sem ceifeiras e camponeses.

A 'revolução cultural' iniciada por pintores e escritores em Portugal em meados da primeira década do século XX, devido às suas estadas em cidades europeias, só começa a ser perceptível a partir de meados da década seguinte, quando se percebe uma alteração de discurso na linguagem plástica.

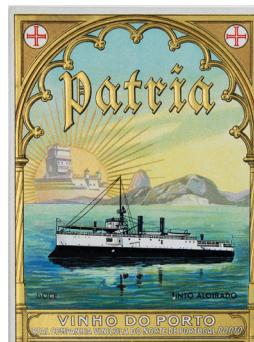
Em 1925 em Paris, é inaugurada a exposição art déco. A partir desta altura inicia-se uma ruptura de paradigma a nível plástico, com a simplificação e 'geometrização' das formas. Nos anos 30, o cartaz vai ser um dos maiores meios de divulgação do regime, servindo com um intuito didáctico a propaganda nacional.



Mas, se o movimento moderno inicialmente interessou ao poder, também cedo foi rejeitado por ele, a favor dos valores nacionais e reagindo contra o movimento moderno internacional.

1 - Lobo, Theresa, 'Cartazes da empresa gráfica do Bolhão', ed. Inapa, Lisboa, 2001

O objectivo do Estado Novo era a afirmação internacional da cultura nacional, recorrendo para isso ao mítico império colonial lusitano. Internamente, a construção de uma identidade nacional, passava pela valorização regional do folclore como artifício quer de integração popular, quer de valorização de uma genuinidade singular.



Este objectivo encontrava-se a cargo do SNI/SPN, o designado Serviço Nacional de Informação/Serviço de Propaganda Nacional (instrumento governamental) que era dirigido pelo ministro António Ferro. Neste contexto, o vinho não podia deixar de participar na (re) educação popular.



Havia uma actividade censória por parte do estado, tanto na comunicação impressa como na rádio, cinema ou televisão que tornam as representações da sexualidade menos acessíveis; neste sentido, o erotismo e sensualidade anteriormente usados enquanto conceitos publicitários praticamente desaparecem - deixam-se ser permitidas representações tão contrárias às tendências ideológicas e moralistas da época; é feita a apologia dos valores familiares e religiosos.



Nesta estética insere-se também o Vinho do Porto Amadeu, que usa para a sua publicidade a imagem de uma camponesa com um cesto de uvas e um 'tão puro como as uvas' enquanto slogan, credibilizando a pureza do vinho.



Neste período Roque Gameiro faz uma publicidade ao Vinho do Porto Rainha Santa, apoiado nestes valores e em que aparece uma criança com um cálice na mão e cujo slogan é '*saúdo o papá com o porto rainha santa*'. E a figura feminina nesta fase, surge já não como mulher fatal, mas como 'matriarca' moderna.



Graficamente, o regime recorre não a um símbolo, como o fizeram outros regimes totalitários contemporâneos, mas sim a símbolos revivalistas e históricos que serviram de base ao estilo nacional - são exemplo os brasões e as 'quinas' de Portugal, que vão aparecer de forma bastante vinculada àquele que era o maior produto de exportação na época – o Vinho do Porto.



O modernismo em Portugal, sobretudo promovido pelas acções estatais de António Ferro, distanciar-se-á a partir dos anos 60 dos modelos europeus. Com a morte de Salazar em 1970, finda o Estado Novo, iniciando-se uma nova política de maior abertura com Marcelo Caetano que durará até 1974, data do golpe de estado em que se implantará o regime democrático. Com a assumpção de uma democracia internacional, ao modelo das principais potências económicas, Portugal integrará o projecto de uma Europa comunitária, abrindo-se mais à sua contaminação estética (final do modernismo europeu).

A representatividade desta época na rotulagem de Vinho do Porto é escassa e sobretudo liderada pela produção gráfica de origem britânica, que se vai pautar pelo rigor técnico, recorrendo à ênfase das qualidades materiais do vinho como retórica de uma nova expressão mais denotativa.

O carácter eminentemente clássico em que se alicerça a credibilidade do Vinho do Porto, ao posicionar a sua qualificação na antiguidade do produto, resiste à adesão a linguagens de contemporaneidade pós moderna, não se encontrando exemplos senão muito esporádicos.

Os argumentos da sua concepção são mais os de criar uma narrativa meta linguística a partir da marca (veja-se o caso das novas embalagens da Symington Estates Family, para os produtos Otima da Warre's e The tawny da Graham's). Contra o que seria recomendável sob uma lógica moderno funcionalista, estas embalagens não filtram os raios ultra violeta (UV), expondo o vinho à degradação solar (vidro transparente), nem procuram reduzir o peso e o custo da embalagem por uma maior optimização entre a forma e o material usado (vidro espesso - 'depósito de gelo' na base da garrafa). Os critérios da sua prescrição estão mais próximos da necessidade de criar um factor visual de diferenciação que possa constituir manifestação da raridade e excelência do produto, assemelhando-o pela retórica da sua representação ao estatuto de fragrância comercial. O novo Vinho do Porto da Symington, parece desenhado para dar resposta às necessidades do indivíduo pós-moderno, alimentando o esteticismo e hedonismo do seu consumo original. Tal como na arte também aqui o público é convocado a participar na construção da marca, cuja valorização passará pelo seu contributo de consumidor.

Robert Venturi, ideólogo do pós modernismo, opõe-se ao lema 'less is more' utilizado pelo funcionalismo contrapondo-o com o 'less is bore', e assim, valorizando o maximalismo cénico por oposição ao minimalismo.



**No eixo da distinção sincrónica** encontramos como critério de análise e distinção o apelo aos seguintes argumentos denotativos (tamanho, cor e forma do contentor (tipologia de perfil da garrafa), tipologia e cor de encapsulamento ; dimensão da área de ocupação do rótulo (em papel ou directamente serigrafado); anatomia da rotulagem (rótulos, contra rótulos, gargantilhas, rótulos complementares, cápsulas e selos de certificação); anatomia do rótulo (dimensão, análise cromática e decomposição de elementos constitutivos mais frequentes e processos de impressão)

As **estratégias de valorização simbólica** do Vinho do Porto estão presentes desde os primeiros exemplos de engarrafamento de marca, recorrendo a diferentes argumentos retóricos ao longo do tempo. O conjunto de exemplos converge genericamente na valorização das marcas de comercialização, podendo ser entendidos como estratégias de branding e de posicionamento das suas imagens de marca. A associação às qualidades medicinais que na passagem do século XIX para o XX (arte nova) são atribuídas ao Vinho do Porto, com declaradas vantagens psicoterapêuticas (anti-depressivas, revitalizantes e/ou digestivas – Vinho do Porto Farmácia Vitális). Procurando valorizar no consumidor o produto da sua acção, as estratégias de comunicação do Vinho do Porto evoluíram para um desempenho mais empático e emocional da marca, com recurso à exemplificação em rótulos dos prazeres ébrios que se adivinham tanto em consumidoras minhotas, como em índias brasileiras. O Vinho do Porto evolui/descende dum consumo elitista apenas acessível a fidalgos e burgueses, para um produto de consumo mais massificado, com forte implementação nas ex-colónias e Brasil e de comunicação mais vernacular. São exemplo desta segunda fase a maioria dos produtos gráficos de rotulagem pós arte nova com principal evidência naqueles que, produzidos na década de 40, associavam a imagem de uma identidade nacional à cultura dominante de origem regionalista. Com o incremento da qualificação do consumo e evolução regulamentar do IVDP sobre a complexa diversidade de categorização deste produto, cada vez mais detalhado, surgem com maior frequência exemplos de uma nova retórica que pela aparente descrição simbólica evocam o funcionalismo modernista, pautado pelo rigor racional de qualificação técnica do produto. Alguns dos rótulos de origem britânica que surgem a partir dos anos 60, revelam pela clareza compositiva e tipográfica a intenção de esclarecer o consumidor sobre a categoria do vinho que tem em mãos, castas empregues, origem geográfica da sua produção, bem como a descrição das suas qualidades organolépticas, com a mesma evidência com que se apresentam o grau alcoolométrico, a capacidade volúmica do contentor...

Esta nova estratégia procura através de uma ‘retórica científica’ prometer uma qualidade específica ao produto capaz de o valorizar em si, não tanto pelos efeitos psicoterapêuticos que possam advir da sua função desinibidora, mas pelas estritas qualidades de sabor, aroma e textura que tão delicado produto merece, criando talvez pela primeira vez uma comunidade de ‘consumidores especialistas’ para ilustrar a constituição de um mercado capaz de identificar o mais alto valor acrescentado neste produto. Praticamente desprovido de outro valor simbólico para além do inerente ao seu valor de marca, estes produtos Vinho do Porto são exemplificação estratégica de um design lacónico.

Embora o esforço inicial do estudo base desta dissertação tivesse como finalidade a ‘decan-tação’ de um modelo hegemónico de imagem de produto Vinho do Porto, ao fim do processo de análise que levámos a cabo, concluímos que a correlação entre tipologia de contentor e Vinho do Porto se distribui/divide sobretudo por um conjunto típico de quatro modelos reconhecendo-se um maior grau de dependência na relação entre forma e marca, do que entre forma e produto. Assim, e ainda que a maioria dos produtos estudados apresente uma embalagem do tipo pescoço em ó, a pequena percentagem que recorre à embalagem tipo pote encontra uma solução de diferenciação superior que, por alteridade inter pares, poderia constituir uma solução de superior identificação e visibilidade internacional. De facto, há um sem número de bebidas espirituosas que recorrem à gar-



rafa com pescoço em ó (por exemplo os Whiskys Vat 69, William Lawson's, Glenlivet...). A transição de vinho de mesa para vinho licoroso (por tratamento de aguardentação) justificaria a migração da morfogénese de uma garrafa bordalesa para um contentor de maior distinção morfológica, como a recente edição de Vinho do Porto pela Fundação de Serralves, com recurso a uma garrafa cujo desenho é da autoria de Álvaro Siza Vieira (10-12-02 ...Barbosa e Almeida)

Na genealogia da garrafa de Vinho do Porto conforme se pode observar das colecções da Taylor's e do IVDP, a primitiva garrafa de embalagem de Vinho do Porto começa por tomar a forma de um balão soprado na base de um tubo, anteriores a 1800, fazendo evoluir progressivamente a sua forma pela ascensão do seu centro de gravidade e assim dando origem a partir de 1800 a uma tipologia que se veio a estabilizar de decomposição da garrafa num cilindro de proporções 'atar-racadas' com um pescoço muito reduzido e uma base saliente, que viria a adquirir posteriormente. Embora a totalidade das peças que constituem a colecção apresentem uma evolução de 1800 até ao séc. XX com um progressivo adelgaçamento do diâmetro e consequente alongamento da altura, aproximando o modelo das garrafas de vinho de mesa um conjunto bastante determinado de marcas como a Warre's, Dow's-crusted, Real C<sup>a</sup> Velha – D. José, C. da Silva - Presidential Porto, Kopke-Porto, Graham's - The tawny, Barros-Porto, Adega do Vale do Rodo – Réccua, Cortez e Cedro Porto, Gran Cruz, Rozés, Cockburn's... continuam em determinadas referências de Vinho do Porto, a privilegiar perfis que se distanciam deste modelo de garrafa.

## 2.2.2 - Identificação dos pressupostos de caracterização para o domínio da amostragem

Identificou-se o interesse estratégico em considerar o maior número de marcas, atendendo a que cada marca é um agente singular de identidade contributivo para a imagem de marca do Vinho do Porto. Nesse sentido foi consultado o IVDP (Instituto dos Vinhos do Douro e Porto), com o objectivo de recolher informação adequada.

Concluiu-se que as marcas poderiam ser tratadas sob dois eixos de avaliação: a diversidade das marcas registadas como marcas de Vinho do Porto - 1206 sendo que, destas, 242 não estão a ser utilizadas, e variável com o tempo - e a quantidade de vinho distribuído/embalado por cada marca (quotas de mercado). Entende-se que a maior representação contributiva para a identidade gráfica internacional deste produto e apesar da complexa multiplicidade de categorias, estará concentrada no menor número de marcas com maior expressão de vendas. Embateu este estudo com a impossibilidade de obter informação oficial sobre o número de garrafas taxadas pelo selo de creditação/autenticidade do IVDP, já que tem este Instituto o compromisso de sigilo com os seus representados.

Ficou assim a investigação desta dissertação condicionada pela informação obtida directamente nos serviços administrativos de cada uma das marcas com papel comercial activo, informação obtida informalmente em técnicos especialistas do IVDP, que consideram o seguinte: os principais operadores concentram-se nos grupos económicos da Symington Estate Family, Gran Cruz, Sogevinus, QVB e Sogrape que na sua totalidade representarão aproximadamente 95% do mercado. Para além dos grandes grupos singulares, identificam-se entre as manifestações de cooperativismo duas adegas com maior expressão na quota remanescente (5%) dos pequenos produtores: Adegas Cooperativa do Vale do Rodo e de Santa Marta de Penaguião. Apesar da insistente solicitação de informação junto de todas as entidades acima identificadas, apenas não foi possível recolher informação do operador Sogrape, hoje representante das marcas como Ferreira, Sandeman... que por essa razão ficaram excluídas do nosso estudo. Dever-se-á notar no entanto que apesar de relevantes, as marcas deste operador corresponderão a uma quota máxima de 20%, já que só a Symington e Gran Cruz abarcam quase metade do mercado, julgando-se por isso não relevante a ausência de informação específica das marcas sob tutela Sogrape para a validação deste estudo.

Os restantes pares de concentração no núcleo central de operadores comerciais do Vinho do Porto focalizaram a sua resposta para as marcas por si consideradas determinantes (excluindo na maioria dos casos os BOB's (Bottler's own Brand) ou seja, as 'marcas brancas').





















No entanto, entendeu-se que para além do valor de estatístico de incidência/marca/ quantidade, um estudo que se reporta à notoriedade internacional do produto Vinho do Porto, não poderia abdicar do contributo de investigação e prospecção de novos índices/ícones/registos gráficos contributivos da contemporaneidade do seu consumo. Nesse sentido, identificam-se algumas marcas que embora pouco expressivas em volume de negócio, quando comparadas com o domínio das principais operadoras, se reconhece um exemplar papel de adequação e renovação iconográfica, reinterpretando a tradição na actualidade. Estas marcas dever-se-ão considerar como agentes de inovação gráfica no universo Vinho do Porto; entre as seleccionadas e contactadas obtivemos exclusivamente resposta das seguintes marcas: Quinta do Vallado, Niepoort e Quinta do Portal.

Do cruzamento entre os universos das marcas eleitas e respectivas categorias variantes resultou uma amostra de produtos identificados, representados e interpretados graficamente de aproximadamente 500 unidades, para além da recolha fotográfica de 4368 rótulos históricos pertencentes aos arquivos do IVDP.

Daqui decorre que as marcas tratadas por este estudo como representantes da identidade visual e internacional do Vinho do Porto sejam as seguintes: Warre's (Symington Estates Family), Gra-

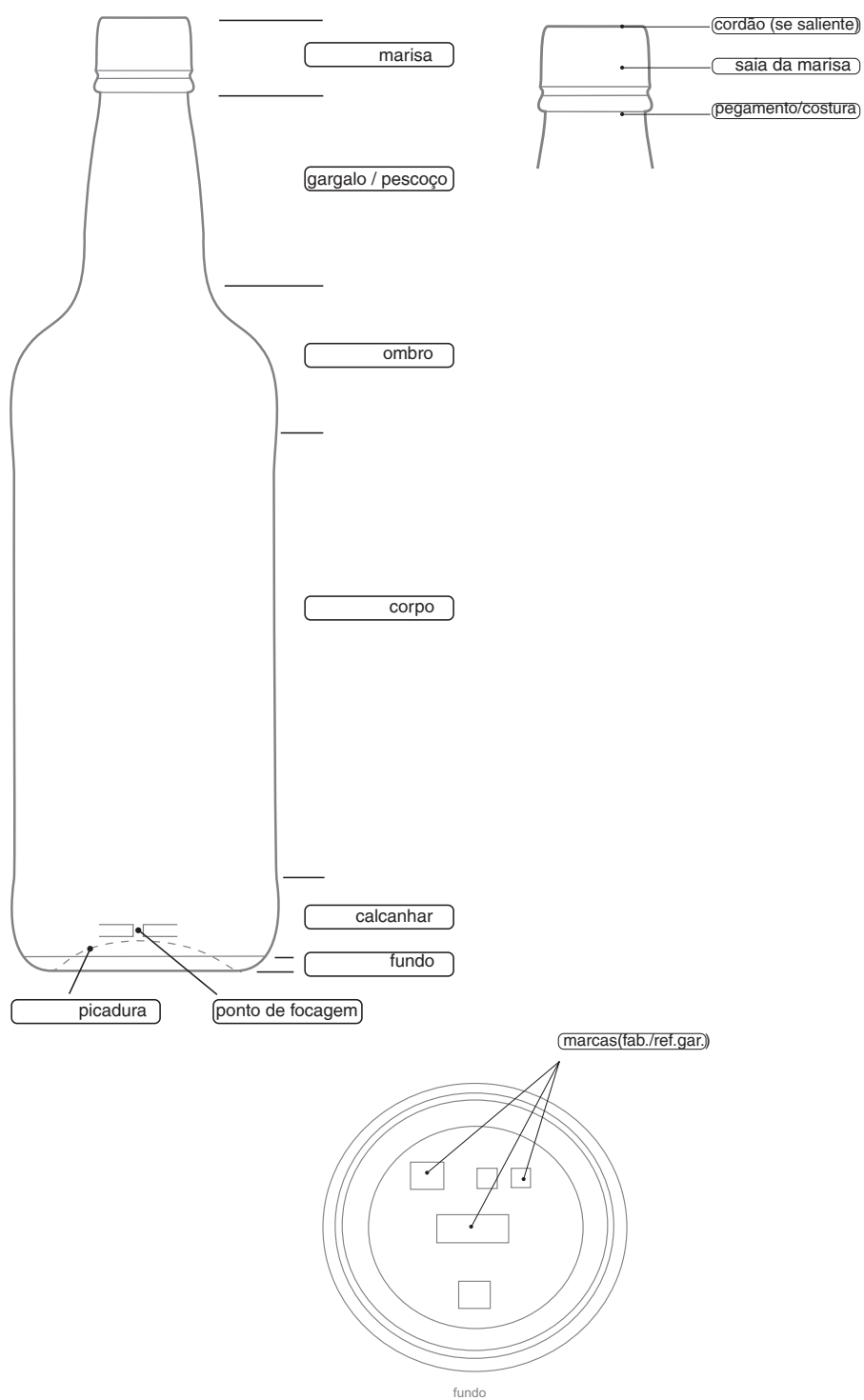
ham's (Symington Estates Family), Dow's (Symington Estates Family), Gould Campbell (Symington Estates Family), Quarles Harris (Symington Estates Family), Martinez Gassiot (Symington Estates Family), Smith Woodhouse (Symington Estates Family), Cockburn's (Symington Estates Family), Quinta do Vesúvio (Symington Estates Family), Quinta de Roriz (Symington Estates Family), Gran Cruz, Companhia União (Gran Cruz), C. da Silva (Gran Cruz), Calém (Sogevinus), Burmester (Sogevinus), Taylor's (QVB – Quinta and Vineyard bottlers), Croft (QVB – Quinta and Vineyard bottlers), Delaforce (QVB – Quinta and Vineyard bottlers), Santa Marta (Adega Cooperativa de Santa Marta de Penaguião), Cortez (Adega Cooperativa do Vale do Rodo), Réccua (Adega Cooperativa do Vale do Rodo), Cedro (Adega Cooperativa do Vale do Rodo), Niepoort, Quinta do Vallado, Quinta do Portal, Ramos Pinto e Real Companhia Velha.

## Data de fundação das marcas/empresas estudadas

1670	1678	1680	1692	1750
Croft	Warre's	Quarles Harris	Taylor's	Burmester
		 		
1756	1784	1790	1797	1798
Real C <sup>a</sup> Velha	Smithwoodhouse	Martinez Gassiot	Gould Campbell	Dow's
				
1820	1842	1859	1868	1880
Graham's	Niepoort	Calém	Delaforce	Ramos Pinto
				
1887	1933	1950	1959	
Gran Cruz	C.da Silva	Adega Vale do Rodo	Adega Santa Marta	
				



### 2.2.3 - Anatomia da garrafa de Vinho do Porto



No que se refere ao contentor foram analisadas/avaliadas:

## 2.2.4 - A conformação do contentor (tipologia de silhueta da garrafa)

O Vinho do Porto tem adoptado ao longo do seu percurso histórico, diferentes tipologias de garrafa, mas na sua imagem contemporânea reconhece-se uma silhueta de maior incidência, a linhagem da genealogia 'bordalesa', pese embora sofrendo evoluções no desenho do pescoço (ou marisa), variando do paralelismo dos seus lados (tipo direito) para a evolução cónica (tipo rampa), e/ou para o insuflamento médio do pescoço (tipo ó).



Na garrafa bordalesa, o tronco é cilíndrico, destacando-se claramente os ombros quase retos e o pescoço mais fino. No caso presente de embalamento de Vinho do Porto, surgem híbridos de génese bordalesa mas apresentando corpo troncocónico invertido, por vezes com base prateleira e de diâmetro e altura variáveis, ora baixas e largas recebendo a designação 'taco ou pote', ora altas e estreitas. Nota-se uma grande percentagem de embalagens personalizadas pela inclusão de selo em alto-relevo de vidro, abaixo do nível dos ombros. Em edições com maior esforço distintivo surgem outros formatos, como o decanter e a garrafa de fantasia, imitando as de cristal lapidado.

Em síntese, considera-se o domínio da embalagem aferido pela amostragem (383 unidades), comercializadas em 2007, distribuídas pelas seguintes tipologias e percentagem relativa à amostragem:

Garrafa tipo A: pescoço direito (na genealogia da bordalesa) (47 referências =12,27%)

Garrafa tipo B: com marisa ou pescoço em rampa (que começa no ombro e reduz o diâmetro no sentido do gargalo) (73 referências =19,06 %)

Garrafa tipo C: pescoço tipo ó (com diferentes graus de definição/accentuação formal) (200 referências = 52,22 %)

Garrafa tipo D: tipo pote (42 referências =10,97 %)

Para além destas, identifica-se um conjunto de variantes mais ou menos híbrido e fantasioso, que passaremos a designar por fora de série; entre estas encontram-se as lapidadas e o decanter



(descendente dos bolbos e das cebolas), de base esférica que só não é eleito à categoria de tipologia atendendo ao baixo número de exemplares encontrados.

Garrafa tipo E: lapidada (20 referências =5,22 %)

Garrafa tipo F: decanter (1 referências =0,26 %)

Na análise do levantamento verifica-se que a percentagem de 94,5% dos contentores apresenta uma afinidade genética com a origem bordalesa, ainda que 11% apresentem traços morfológicos de grande estabilidade e diferenciação, que os associam ao modelo 'tipo pote', tipologia identificada pela Taylor's como paradigmática do período entre 1750 e 1800 (ver quadro da evolução morfológica da garrafa de Vinho do Porto). Fica assim esclarecido que o modelo de 'bordalesa' tipo ó é hegemónico no engarrafamento do Vinho do Porto com uma maioria absoluta de 52,2% da amostragem, condicionando a actual imagem pública deste produto, reconduzido no subconsciente colectivo da imagem tradicional e genuína do 'pote', para um modelo mais universal e consequentemente menos diferenciado pela embalagem. Contrariando a evidência estatística da produção actual, quando inquirimos a população portuguesa sobre o significado visual do Vinho do Porto, a resposta mais frequente converge para a garrafa 'tipo pote' (exemplo da referência Presidencial C. da Silva e Adega Cooperativa do Vale do Rodo, ou ainda a imagem das novas garrafas da marca Rozés, nomeadamente a referência 'Dom Rozés mais de 40 anos', num cilindro de secção quadrada). Um traço morfológico transversal aos modelos de garrafa estudados consiste na identificação de bordo protuberante circular, situado ao nível da base da garrafa (calcanhar) com uma maior ou menor expressão de prateleira. A incidência de prateleira nas garrafas atinge cerca de 38% da amostragem, o que releva este traço como de importância significativa para a identidade visual do produto. Ao analisar as diversas tipologias de garrafa e ainda que não se possa generalizar uma regra aplicável a todos os casos estudados, identifica-se o critério retórico na sua aplicação em consistência com o conteúdo que vinhos estagiados mais antigos tendem a adoptar modelos mais antigos (baixos e largos), vinhos mais novos engarrafados para estágio em embalagens mais estreitas e altas. Daqui se poderá deduzir em aplicação directamente proporcional entre a horizontalidade e a antiguidade, e inversamente a verticalidade e a juventude; na Rozés todas as classes recorrem à mesma 'bordalesa' com pescoço em rampa, à excepção dos Rozés branco, tawny, colecção colors e Rozés reserva especial decanter e o Dom Rozés com mais de 40 anos. Na Kopke, o Porto Reserva Especial embalado em modelo de garrafa do século XVII, os Portos Ruby e White, em garrafa alta cónica, e os vintage em garrafa tipo 'bordalesa' tipo ó.

### 2.2.5 - Anatomia da garrafa de Vinho do Porto

Neste estudo foram encontrados como critérios de análise e distinção para a identidade visual do Vinho do Porto os seguintes aspectos:

- 1- desenho de embalagens de venda a retalho (tamanho, cor e forma do contentor - tipologia de perfil da garrafa, tipologia e cor de encapsulamento)
- 2 - dimensão da área de ocupação do rótulo (em papel ou directamente serigrafado)
- 3 – anatomia da rotulagem (rótulos, contra rótulos, gargantilhas, rótulos complementares, cápsulas e selos de certificação)
- 4 - anatomia do rótulo (dimensão, análise cromática e decomposição de elementos constitu-

tivos mais frequentes e processos de impressão)

No que se refere ao contentor foram analisados/avaliados

- Anatomia da garrafa
- Conformação/forma do contentor (tipologia de perfil/silhueta da garrafa)
- Altura
- Cor do vidro
- Tipologia e cor de encapsulamento.

Quanto à análise/avaliação do rótulo, foram consideradas

- Função do rótulo
- Sistema de rotulagem (rótulos, contra rótulos, gargantilhas, rótulos complementares, cápsulas e selos de certificação)
- A anatomia do rótulo
- Área de ocupação do rótulo na garrafa
- Inventariação da rotulagem (por componente)
- Análise cromática das amostras
- Decomposição de elementos constitutivos mais frequentes
- Processos de impressão
- Marcas de validação do produtor/engarrafador
- Formas dos rótulos e sua colocação nas garrafas (predominância vertical ou horizontal)
- Grandes famílias tipográficas
- Retrato robot das diferentes categorias do Vinho do Porto
- Retrato robot dos diferentes estilos do Vinho do Porto
- Retrato robot do produto Vinho do Porto

## 2.2.6- Anatomia da garrafa

### 2.2.6.1 - A conformação/forma do contentor (tipologia de perfil / silhueta da garrafa)

Neste estudo, foram encontradas diversas tipologias de contentores associados à comercialização do Vinho do Porto que radicam em distintas matrizes morfogénicas. Ao comparar as suas silhuetas com aquelas que se deduzem da história do vasilhame vítrico apercebemo-nos de três principais origens:

1 - a garrafa em vidro produzida por sopro directo que, nascendo como um balão pode adquirir a forma pingada de um decanter. Esta forma constitui um derivado da garrafa tipo cebola, evocando os exemplos mais antigos de manufactura.

2 - na evolução técnica da produção vidreira à fase do vidro apenas soprado descende a fase de sopro condicionado por molde exterior de madeira ou ferro, permitindo maior regularidade na simetria da peça produzida por movimento de revolução, dando origem a peças mais simétricas mas bastante baixas e robustas designadas por potes ou tacos.

3 – com a evolução técnica, a moldagem do vidro ganhou automatismo e sofisticação recorrendo a moldes metálicos por vezes com duas ou mais acções e assim oferecendo a possibilidade de garrafas mais altas e aligeiradas, com paredes mais finas e que estão na génese do

tipo bordalês. Esta origem declina-se pela variação na forma do pescoço em tipo A ou direito, tipo B ou em rampa e tipo C ou em ó. A garrafa tipo C, evidenciando um pescoço em 'ó' pode oferecer pequenas variações quer na forma do pescoço, quer na dimensão da base. Nesta terceira origem poderão encontrar-se ainda outros produtos fantasiosos esculpindo as faces de modo irregular ou assimétrico, como o tipo E, de faces lapidadas.

As três principais origens morfogénicas subdividiram-se em seis tipologias bastante estáveis que respondem praticamente à totalidade dos objectos observados.



### 2.2.6.2 - A altura

Quanto à altura, verifica-se que 74% das garrafas analisadas apresenta uma altura de aproximadamente 30 cm, e entre as restantes 26%, metade apresenta uma altura superior ou igual a 33 cm, enquanto a outra metade apresenta uma altura inferior, com 25 cm ou menos.

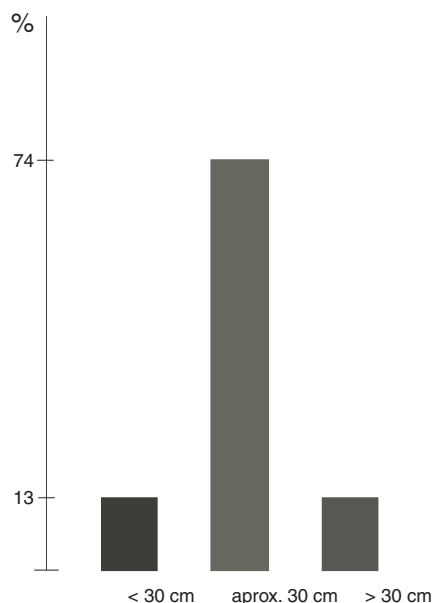
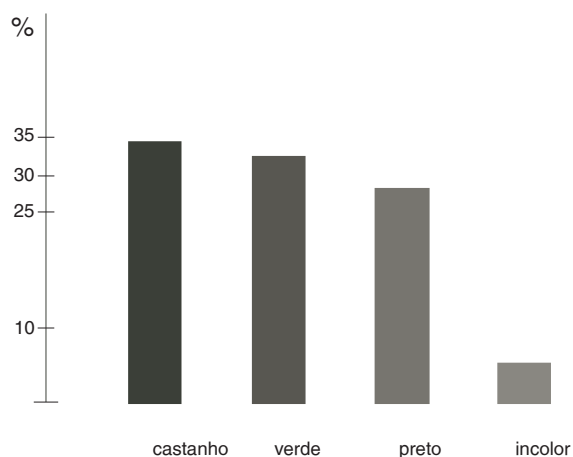


gráfico representativo da distribuição de garrafas por altura

### 2.2.6.3 - A cor do vidro

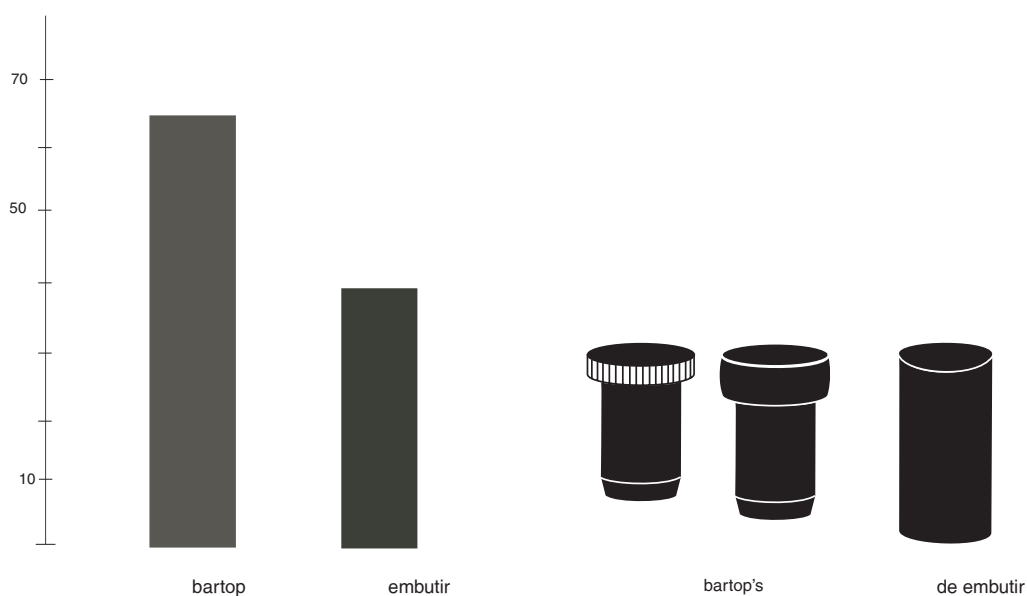
Quanto à cor dos contentores, torna-se difícil garantir com rigor os valores apresentados, em virtude do levantamento de dados ter sido realizado a partir de fotos das respectivas garrafas. Na análise da cor, e atendendo ao facto de estas se encontrarem prontas a ser comercializadas, ou seja, cheias com o respectivo produto, nem sempre se torna fácil a observação rigorosa da cor, sobretudo se forem consideradas as diferentes nuances.

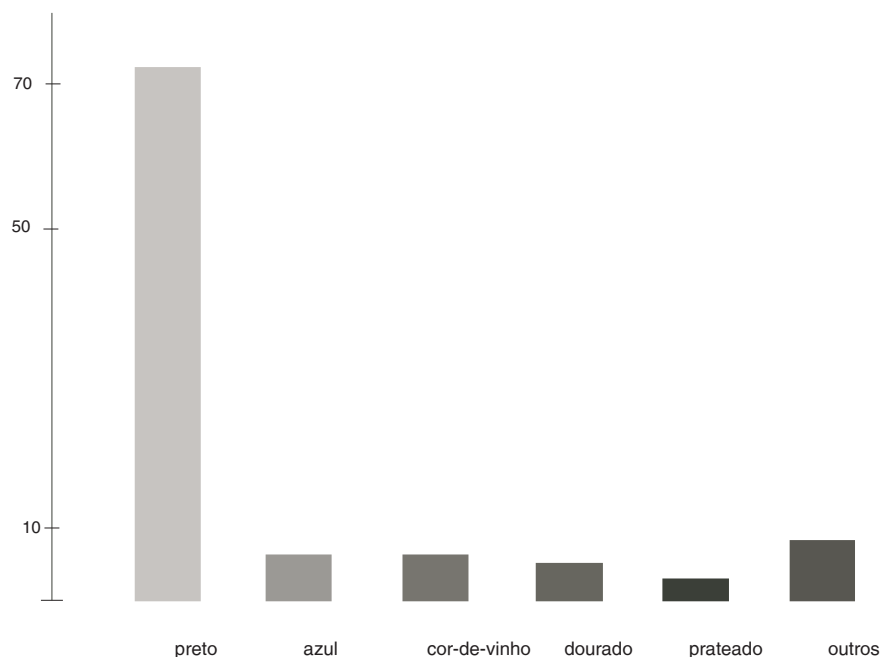
Assim sendo, considera-se que das quatrocentas e setenta referências que constituem a amostragem, a maior incidência recai sobre as tonalidades de cor castanha com 34 (34,2) %, verde 32 (32,4) % e preta 28 (28,3) %, enquanto as garrafas incolores registam uma incidência de apenas 5 (5,2) %. Se a densidade da coloração do vidro até à sua opacidade pode garantir a necessária protecção da embalagem às radiações ultravioleta, algumas marcas tem vindo a desenvolver estratégias de valoração cromática do vinho, como argumento comercial, nomeadamente em vinhos de menor custo como no caso da Graham's com o 'The Tawny' e Warre's com o 'Otima' de 10 e 20 anos, que é apresentado comercialmente em caixa de luz projectando as nuances de âmbar e ruby que lhe são tão peculiares. Para além dos tons castanho, verde, preto e transparente as embalagens têm também explorado a textura e brilho através de foscados (17,8% da amostragem), contrariando o imaginário colectivo que evoca a garrafa de Vinho do Porto, como preta e opaca; a presente amostragem denuncia a tripartição quase equalitária das cores do vidro diluindo a sua pertinência como meio de construção da identidade do produto. Foram observados alguns exemplos que enfatizam a comunicação gráfica do produto, talvez para baixar a fasquia do posicionamento do produto no mercado, através da pintura exterior das garrafas (caso da Collors Collection da Rozés).



#### 2.2.6.4 - Tipologia e cor de encapsulamento.

Na amostragem pesquisada, verificou-se que todas as categorias de Vinho do Porto, com exceção dos 'Vintage e LBV' (Late Bottle Vintage), apresentam como meio de enrolhamento as rolhas 'bartop' (encimadas por uma parte superior em plástico, formando um pequeno suporte), numa percentagem de 63% (62,8). As categorias vintage e LBV representam 37% (37,2) da amostragem e utilizam rolhas de embutir em cortiça, pois após a abertura devem ser consumidos de imediato. As categorias com maior percentagem de álcool oferecendo maior resistência à oxidação, permitirão um consumo mais lento e faseado tolerando-se que o produto se mantenha exposto ao ar durante longos períodos, procedimento que é facilitado pela rolha de fácil abertura.





Selando a rolha e encobrindo o gargalo, o selo do IVDP dá garantia sobre a autenticidade do produto; sobre este será colocada a cápsula de remate superior da embalagem que hoje é exclusivamente em polímero termo retráctil. A cor das cápsulas é predominantemente o negro (72%), podendo variar para azul (6%), cor de vinho (6%), dourado (5%) e prateado (3%), ou outros tons (8%).

## 2.2.7 - Anatomia do rótulo

### 2.2.7.1- Função do rótulo

A função do rótulo é comunicar o vinho aos consumidores, persuadindo-os retoricamente. O contra-rótulo, pelo contrário, tem vindo a assumir cada vez mais as indicações de natureza técnica, como a identificação das castas, 'terroir' e sugestões de degustação. As 'declamações' ao vinho são agora relegadas para este espaço. A rotulagem apresenta duas funções, uma apelativa/conotativa e outra informativa/denotativa, simultaneamente um discurso subjectivo e objectivo da marca.

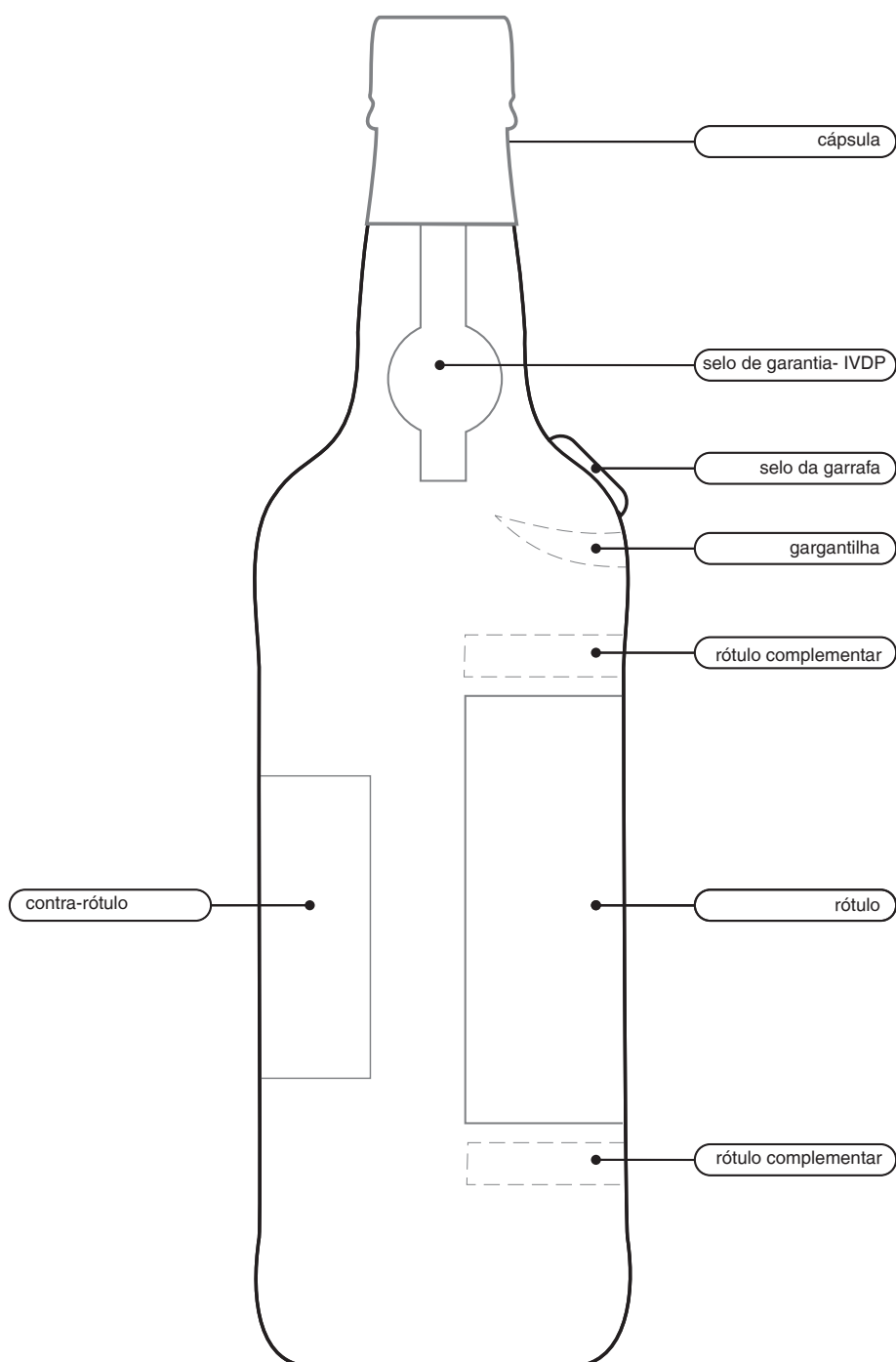
Se a rotulagem é 'identificatória' do vinho, do distribuidor e do produtor, servindo também de argumento de fidelização do cliente, o rótulo pretende, através da sua imagem, posicionar o produto no segmento de mercado a que se destina, assim cumprindo a função de tradutor cultural. Na generalidade dos casos, o Vinho do Porto busca um equilíbrio entre a tradição da sua longa existência e uma modernidade a que o exercício comercial obriga, resultando num delicado equilíbrio entre as imposições legais e a 'elegância e requinte' do resultado. O gosto médio do consumidor e respectivo mercado, acabará por se fazer sentir contaminando esteticamente a embalagem, distinguindo-se assim com bastante clareza das embalagens desenhadas pela cultura britânica, daquelas outras francesas ou portuguesas. Tal como se identifica a presença inglesa na modelação burguesa da

cultura, do urbanismo e da arquitectura na cidade do Porto, também a memória visual do produto Vinho do Porto é indissociável da estética da comercialização inglesa.

Numa época regida por legislação cada vez mais restritiva à publicidade do consumo de álcool, o rótulo assume-se como veículo privilegiado da comunicação do produto, e neste espaço a identificação da marca constitui o principal objectivo gráfico, nas estratégias de branding (certificação de qualidade pela marca). O discurso do vinho sofreu alterações em concordância com a evolução da sociedade. As alterações comportamentais dos consumidores obrigaram o rótulo a assumir-se como meio de informação por excelência das características do vinho (substituindo a informação anteriormente fornecida por via oral), revelando simultaneamente a ‘competência’ de quem o selecciona/escolhe. O rótulo transformou a sua condição fundamentalmente informativa numa condição de promoção de um produto ‘elitista’ e cultural, exigindo conhecimento a quem pretenda apoderar-se de toda a informação disponível. Quando comparamos exemplos do séc. XIX com outros mais recentes, observamos que na organização formal dos rótulos, a hierarquia de elementos sofreu alterações, passando o texto a assumir uma maior importância em detrimento da ilustração.



### 2.2.7.2 - Sistema de rotulagem (rótulos, contra rótulos, gargantilhas, rótulos complementares, cápsulas e selos de certificação)



### 2.2.7.3 - A anatomia do rótulo



## Indicações obrigatórias da rotulagem

- a) A **denominação de origem** (Vinho do Porto, Vin de Porto, Port wine, Porto, Port, Oporto, Portwein, Portvin e Portwijn ou outras traduções aprovadas pelo IVDP; (dever-se-á a nível tipográfico apresentar com pelo menos, um terço da altura das restantes indicações).
- b) A **marca**, com prova de registo no INPI (Instituto Nacional da Propriedade Industrial), ou no IHMI (marca comunitária) ou nos termos do Acordo de Madrid ou do seu Protocolo (Registo internacional de marcas)
- c) Uma **menção tradicional** (Vintage; Late bottled vintage ou LBV; Colheita ou data de colheita; 10 anos, 20 anos, 30 anos, 40 anos ou mais 40 anos; Crusted; Reserva ou Reserve; Reserva tawny ou Tawny reserve e Reserva branco ou White reserve; Tawny; Ruby; Branco ou White; Branco leve seco.
- d) **Nome ou firma do engarrafador**, seguido do nome ou firma do engarrafador e do município ou parte deste onde tem a sua sede principal, a qual terá de ser completada pelos termos 'engarrafador' ou 'engarrafado por' e suas traduções
- e) O **volume nominal**
- f) O **título alcoométrico** volúmico adquirido
- g) A indicação '**Produto de Portugal**' e suas traduções
- h) A indicação do **ano do engarrafamento** nos vinhos LBV, Colheita e com indicação de idade
- i) A indicação do **ano da colheita** apenas nos vinhos Vintage, LBV e Colheita
- j) O número de lote, Precedido da letra maiúscula 'L', facilmente visível, claramente legível e indelével, conforme legislação nacional, comunitária ou do país de destino podendo ser marcado na garrafa ou na cápsula
- k) Outras indicações exigidas pela legislação nacional, comunitária ou do país de destino.

## Indicações facultativas do rótulo

- a) referência à região demarcada do Douro
- b) referência ao tipo de doçura
- c) uma, apenas uma das menções tradicionais - envelhecido em garrafa, Bottle matured, Vintage, LBV, Crusted ou Garrafeira, Velho ou Old, Muito velho ou Very old, Garrafeira, Ruby, Tawny, White, Especial ou Special ou Finest, Fine;
- d) referência a quatro ou mais castas de que o Vinho do Porto provenha
- e) referência a entidade, quando o vinho em questão for proveniente exclusivamente de uvas colhidas de videiras que fazem parte da exploração vitícola e se a vinificação tiver sido efectuada nessa exploração
- f) não filtrado ou Unfiltered, eventualmente associada às menções Crusted, LBV, Vintage ou Reserva ruby
- g) indicação do vinho ter sido envelhecido em madeira, quando estes tenham estagiado em madeira durante pelo menos seis anos
- h) outras indicações admitidas nos termos da regulamentação nacional, comunitária ou do país de destino.

## 2.2.7.4 - A área de ocupação do rótulo na garrafa (em papel ou directamente serigrafado)

A identidade visual do Vinho do Porto é também constituída quer pela sintaxe e pragmática gráfica dos seus rótulos, quer pelo modelo de ocupação com que personalizam as garrafas, do estudo realizado na avaliação da dimensão relativa do rótulo sobre a silhueta<sup>1</sup> da garrafa .

Por facilidade de representação, optou-se por um modelo estilizado de garrafa e rótulo, distribuídas por três categorias:

- 1 - garrafas cujo rótulo corresponde uma área de menor ou igual a aproximadamente 30 %;
- 2 - garrafas cujo rótulo corresponde uma área superior a 30 e inferior a 50 %;
- 3 - garrafas cujo rótulo corresponde uma área superior a 50%.

Relembramos que das 410 garrafas analisadas, aproximadamente 10% (10,01) são serigrafadas directamente na superfície do vidro, enquanto as restantes 90% (89,94) utilizam rótulos impressos, distribuindo-se da seguinte forma:

Área de ocupação	Tipologias da rotulagem					
	Serigrafia na garrafa			impressos em papel		
	Inferior a 30%	Inferior a 30% e superior a 50%	Superior a 50%	Inferior a 30%	Inferior a 30% e superior a 50%	Superior a 50%
Nº garrafas (total 408)	5	16	20	38	183	146
% sobre a totalidade da amostragem	1,23%	3,92%	4,90%	9,31%	44,85%	35,78%
	10,01%			89,94%		

serigrafia na garrafa



impressos em papel



1 - A metodologia usada para calcular a área de ocupação dos rótulos nas garrafas, foi a seguinte: partiu-se da foto realizada de cada uma das garrafas constantes da amostragem. Foi calculada a área do campo visual, desde o calcanhar até à costura dos ombros com o pescoço, em vista frontal, de forma individual para cada referência considerada

### 2.2.7.5 - A dimensão

Da análise da dimensão absoluta dos rótulos<sup>2</sup> quando comparados entre si, pode concluir-se que apresentam em média a área de 72,5 cm<sup>2</sup> (8,5 x 8,5cm).

### 2.2.7.6 - Inventariação da rotulagem (por componente)

Após análise de 233 embalagens, verifica-se que apenas 22,7 % apresentam para além do rótulo e contra-rótulo, outros rótulos complementares e apenas 5,6% apresentam também gargantilha. Contrariando a tendência para a complexidade tipográfica que se verifica pela diversidade de técnicas aplicadas à produção dos rótulos, na presente avaliação evidencia-se a tendência para a simplificação da personalização das garrafas hegemonicamente resolvida com a aplicação de rótulo e contra-rótulo.

Marca	nº de rótulos analisados	contra-rótulos	rótulos complementares	gargantilhas	selos em relevo	cápsula		pincelada
						letras	elementos	
Qta do Portal	15		1		13			2
Qta do Vallado	2	2				2	2	
Sta Marta	13	13						
Rodo	18	18	3			15	18	
Ramos Pinto	26	26			19	22		
Gran Cruz	18	17	11	9	9	6	2	
Cª União	12	12			3	2		
C. da Silva	6	4			3	1	1	
Taylor's	17	17	9		16			
Croft	14	11	4		12	8	9	
Delaforce	1	1			1			
Martinez Gassiot	20	17	4					
Cockburn's	1	1						
Quarles Harris	6	3				5	5	
Gould Campbell	9	7						
Qta do Vesúvio	2	2						
Qta de Roriz	4	4						
Dow's	14	14	13		13	9	1	1
Graham's	18	14	3		15	10	5	1
Smithwoodhouse	14	3				8	8	1
Warre's	14	14	3		11	1		
Calém	34	34	1		16		31	
Real Cª Velha	14	14	1	4	10	4	12	
Niepoort	15	14			11		1	
<b>nº exemplares</b>	307	262	53	13	152	93	95	5
	%	<b>85,34</b>	<b>17,26</b>	<b>4,23</b>	<b>49,51</b>	<b>30,29</b>	<b>30,94</b>	<b>1,63</b>

2 - Não foram contemplados nesta avaliação os contra rótulos, as gargantilhas ou rótulos complementares

### 2.2.7.7 - A análise cromática das amostras

Na avaliação cromática dos rótulos foram considerados três parâmetros:

- 1 - a cor de fundo;
- 2 - a cor da tipografia 'principal' (de maior corpo, normalmente com a marca, a referência, o ano e/ou a categoria);
- 3 - a cor da tipografia secundária (de menor corpo, com a data de fundação das empresas, o grupo empresarial, produto de Portugal, grau alcoólico, capacidade do contentor...).

Nos exemplos constantes da amostragem em número de 500, verificou-se que alguns rótulos apresentam mais do que uma cor de fundo, pelo que as somas das percentagens estatísticas apresentam valores totais superiores aos 100% (103,8%).

Segundo os dados recolhidos e constantes da tabela apresentada, verifica-se uma hegemonia da cor preta, presente em mais de 1/3 dos exemplares analisados, sendo o bege a segunda cor mais utilizada, e representando quase 1/3 da amostragem, e depois o branco. 'No Vinho do Porto impera o preto, ou o preto e branco, símbolos de altivez aristocrática e de suprema distinção'<sup>3</sup>.

As restantes cores não têm grande expressividade na amostragem, não excedendo individualmente os 5%.

	cor do fundo											
	preto	verde	azul	cinza	dourado	branco	vermelho	amarelo	bege	castanho	pêssego	c.de vinho
nº exemplares	190	11	7	13	2	79	4	26	132	0	3	9
%	38	2,2	1,4	2,6	0,4	15,8	0,8	5,2	26,4	0	0,6	1,8

Tal como se verifica na cor do fundo, a tipografia apresenta mais do que um tom cromático por rótulo, verificando-se que as somas das percentagens estatísticas apresentam valores de 170% no caso da tipografia principal e de 170% (169,9) na tipografia secundária.

A predominância cromática da tipografia converge para o branco 39,07% na tipografia principal e 31,98%, na tipografia secundária), para o dourado (35,43%, na tipografia principal e 37,45%, na tipografia secundária), para o preto (34,62% na tipografia principal e 41,9%, na tipografia secundária) e para o vermelho (44,13% dos quais em vermelho 25,51%, na tipografia principal e 18,62%, na tipografia secundária, e em o cor de vinho 12,96% na tipografia principal e 7,29%, na tipografia secundária).

De salientar que na tipografia secundária, a cor cinza apresenta grande frequência (16,40%).

Desta análise conclui-se existir uma relação directa e oposta, entre a tonalidade do fundo do rótulo e o cromatismo da 'figura' (tipografia principal e secundária).

		tipografia principal											
		branco	verde	amarelo	cobre	vermelho	azul	cinza	preto	dourado	prateado	bege	c. de vinho
nº exemplares	494	193	12	24	2	126	35	19	171	175	15	5	64
%		39,07	2,43	4,86	0,40	25,51	7,09	3,85	34,62	35,43	3,04	1,01	12,96

3 - Guichard, François, 'Rótulos e Cartazes do Vinho do Porto' ed. Inapa, Lisboa, 2001, pág. 89

		tipografia secundária											
		branco	verde	amarelo	cobre	vermelho	azul	cinza	preto	dourado	prateado	bege	c. de vinho
nº exemplares	494	158	33	15	2	92	22	81	207	185	6	5	36
%		31,98	6,68	3,04	0,40	18,62	4,45	16,40	41,90	37,45	1,21	1,01	7,29

### 2.2.7.8 - A decomposição de elementos constitutivos mais frequentes

Analisando a anatomia gráfica dos rótulos verificou-se que 88,5%, correspondentes a 438 exemplares da amostragem (de um universo de 495), apresenta elementos iconográficos e pictográficos.

Da sua observação, verifica-se a incidência dos seguintes vectores temáticos:

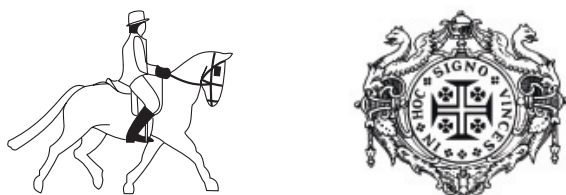
- 1 - elementos evocativos da tradição vinícola (barco rabelo, imagem de adega, homem a empurrar pipas, 'coroa' de parra de videira, imagem do Douro Vinhateiro);



- 2 – relativos aos descobrimentos portugueses ou 'representando a universalidade' do vinho (caravelas, rosa dos ventos, mapas, escudo de quinas);



- 3 – evocação da nobreza do vinho e da sua origem (o cavaleiro dourado da Quarles Harris, símbolo engalanado da Ramos Pinto).





4 – validação aristocrática do produtor, ou do fiador (armas das casas senhoriais da produção, como por exemplo da Quinta do Vallado, ou do fiador, caso das armas da casa real da Dinamarca, no caso da Warre's)



5 – outros elementos gráficos comuns à tradição do Vinho do Porto , como por exemplo o Fonograma '4', four/for para indicar a relação entre a produção agrícola do vinho e a sua comercialização engarrafada ('4 Gould Campbell & Company').



## 2.2.7.9 - Os processos de impressão

(da amostragem de 494 espécimes, dos rótulos que se encontravam no activo no 2007).

Admitindo que o recurso técnico aos sistemas reprográficos do offset e da serigrafia são normalmente exclusivos<sup>4</sup> e que a aplicação de outros acabamentos gráficos se verifica exclusivamente no offset, a frequência de rótulos com recurso a relevo e termo estampagem é de 43,52%. Daqui se conclui que neste produto se mantém viva a tradição gráfica de ênfase de figuras de estilo gráfico que se reportam à iconologia da certificação administrativa que se traduz numa iconografia de registos tipo (selos brancos, carimbos, lacres, medalhas, brasões gravados, assinaturas, o recurso ao ouro ....), típicos do século XIX.

Esta retórica gráfica que só será superada pela valorização das qualidades técnicas do produto veiculadas pela rigor da sua classificação, indicação de origem e das espécies incorporadas, corrigindo uma estratégia de representação para uma estratégia da experimentação (degustação).

		impressão				cortantes	
		offset	termoestampagem	relevo seco	serigrafia	regulares	especiais
nº exemplares	494	441	174	41	53	384	110
%		89,27	35,22	8,30	10,73	77,81	22,19

4 - Na presente amostragem só foi encontrado um exemplo híbrido (six grapes da Graham's) que pela escassez de frequência se considera irrelevante para o presente estudo, já que a sua pertinência é de apenas 0,2%



rótulos de configuração simples



rótulos de configuração composta

O recorte não estereotipado do rótulo, a sua termo-estampagem e aplicação de relevo seco são tecnologias consideradas de complementaridade à impressão de base, que hoje é maioritariamente produzida em offset por substituição das arcaicas tipografia e litografia. Por essa razão o seu contributo não poderá ser avaliado como concorrencial ao offset e à serigrafia, mas como esforço de valorização gráfica do produto, quer pela introdução da dimensão relevo, quer pela introdução do brilho metálico ou forma de recorte na silhueta da garrafa. *‘São raras as firmas que fugiram ao sacrossanto rectângulo, (e) tiveram a ousadia de ultrapassar os limites regulares para fazer recortes ‘esquisitos...’*<sup>5</sup>

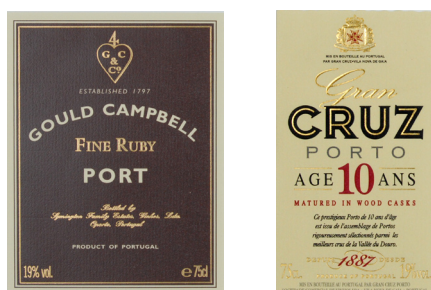
5 - Guichard, François, ‘Rótulos e Cartazes do Vinho do Porto’ ed. Inapa, Lisboa, 2001, pág. 87

## 2.2.7.10 - As marcas de validação/creditação do produtor e/ou engarrafador

O ambiente envolvente ao Vinho do Porto, é pautado pelo orgulho e respeito pela tradição dos seus produtores, pela 'perseguição' da qualidade do produto e pela austeridade geográfica da região demarcada. Neste contexto, o rótulo '*assume-se como veículo por excelência para informar os visitantes do nível de distinção atingido*'<sup>6</sup>.

Esta 'garantia' é amiúde representada por alguns elementos que assumem um compromisso entre produtor/distribuidor e o consumidor, através de:

- 1 - recurso à data de fundação das empresas (afirmando a tradição) em 52,7% da amostragem;



- 2 – ao assumir a responsabilidade da sua creditação, através da assinatura em 23,4%.



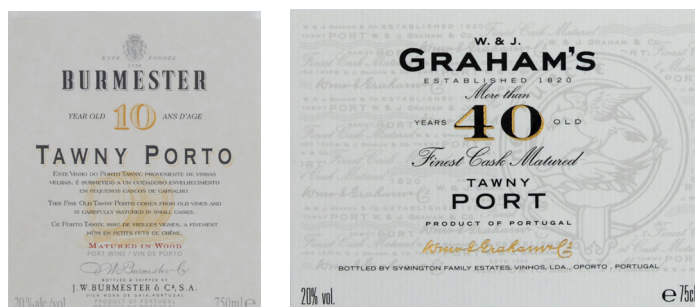
As questões da creditação são tratadas no Vinho do Porto, de forma muito vincada, quer através da enfatização das datas de fundação, quer através das assinaturas dos seus representantes, quer ainda através de outros sinais como por exemplo:

- 1 - a representação de selos em lacre, como autenticação de origem, visível em alguns rótulos (Adega do Vale do Rodo);



6 - Guichard, François, ' Rótulos e Cartazes do Vinho do Porto ' ed. Inapa, Lisboa, 2001, pág. 34

2 – o recurso a marca d'água, memória de antigas marcas gravadas no fabrico personalizado de papel como na Martinez Gassiot (m g & c), na Quarles Harris e na Taylor's;



3 - ou ainda o recurso a caixilhos, cartelas ou timbres heráldicos como na Graham's (cartela), Taylor's e Graham's com timbres heráldicos, que também poderão vir associados a signos de representação do grau nobiliário, como coroas de conde, duque ou marquês, elmos de cavalaria, paquifes, etc.



## 2.2.7.11 - As formas dos rótulos e sua colocação nas garrafas (predominância vertical ou horizontal)

Com o propósito de verificar a morfologia dos rótulos na sua geometria interna e factor compositivo da embalagem, foram analisados 337 exemplares da amostragem, concluindo-se que na sua maioria os rótulos apresentam-se em proporção vertical (64,09% com uma altura superior à largura); opondo-se a este princípio, foram identificados cerca de 1/3 dos rótulos com uma proporção horizontal (35,91%) e quase 1/20 apresenta-se com a neutralidade regular do quadrado (6,25%).

		posição do rótulo		posição do contra-rótulo	
		ao alto	ao baixo	ao alto	ao baixo
nº exemplares	337	216	121	148	25
	%	64,09	35,91	73,59	7,49

No entanto ao analisar mais detalhadamente a variação relativa da largura em relação à

altura, verifica-se que 25 % apresentam uma variação inferior a 10%, resultando visualmente compreendido como quadrangular. Cinco das dezassete marcas analisadas (Adega do Vale do Rodo, Adega de Santa Marta, Ramos Pinto, Real Companhia Velha, Companhia União, Gran Cruz, C. da Silva, Quinta do Vallado, Graham's, Dow's, Warre's, SmiythWoodhouse, Martinez Gassiot, Quarles Harris, Gould Campbell, Quinta de Roriz e Quinta do Vesúvio) apresentam rótulos na variação de factor de proporção<sup>7</sup> entre 1.2 e 1.6 caracterizando o sentido vertical; Outras cinco marcas apresentam a variação do factor de proporção entre 0.4 e 0.6, e as restantes sete uma variação de apenas 1.0 para 1.08, e consequentemente perfazendo uma composição quadrada.

Para além destes, identificaram-se formas triangulares (em 0,31%) e octogonais (em 2,85%) da amostragem.

Ao conjunto dos rótulos regulares de configuração simples<sup>8</sup>, perfazendo 81,2%, somam-se os outros, compostos<sup>9</sup>, cuja diferença ficará sempre aquém dos primeiros.

		rótulos regulares			rótulos irregulares					
		quadrados	rectangulares		octogonais	triangulares	abaulados	cima irregular	enviesados	compostos
			ao alto	ao baixo						
nº exemplares	320	20	145	84	9	1	7	17	20	17
	%	6,25	45,31	26,25	2,81	0,31	2,19	5,31	6,25	5,31

Em conclusão, poderá dizer-se que a embalagem de Vinho do Porto apresenta um rótulo acentuadamente quadrado e com forma poligonal regular, que poderá ser quadrado, se o tronco da garrafa se apresentar cilíndrico, ou trapezoidal se aplicado em garrafas troncocónicas, a fim de garantir visualmente a mesma configuração.



rótulos com cortantes simples

7 - Factor de proporção para avaliar o desvio vertical ou horizontal da forma quadrada, foi produzido dividindo a largura pela altura do rótulo. Assim, consideram-se quadrados os rótulos cuja variação se situa entre 1,0 e 1,1, os verticais com variação entre 1.2 e 1.6 e os horizontais entre 0,4 e 0,6.

8 - Consideram-se 'simples' os rótulos cuja geometria recorre apenas a formas exclusivamente elementares (rectangulares, triangulares ou circulares).

9 - Consideram-se 'compostos' os rótulos cuja geometria associa formas elementares (rectangulares ou triangulares a circulares) na sua modelação, assim resultando uma forma híbrida de lados rectos e curvos.



rótulos com cortantes especiais

### 2.2.7.12 - Famílias tipográficas

Este estudo não ficaria completo sem que fosse também afluída a temática da tipografia, dada a sua importância na identidade visual do produto. Devido à complexidade da temática, optou-se apenas por dividir as tipografias presentes nos rótulos em três grandes famílias: serifadas, não serifadas e caligráficas. Após análise verifica-se a hegemonia da tipografia serifada em 88 % (88,13) na tipografia principal do rótulo e 63 % (63,06) na tipografia secundária; na tipografia secundária verifica-se também uma forte incidência de tipografia não serifada 54 % (53,83). A tipografia caligráfica é raramente utilizada no destaque principal do rótulo 6 % (5,8), mas com alguma expressão quando se trata de tipografia secundária 30 % (29,29). De salientar o recurso frequente a diversas famílias tipográficas, misturando em simultâneo fontes de diferentes origens simbólicas se no domínio das serifadas se encontram diversos derivados das matriciais *Baskerville*, *Times*, *Golden* ou *Garamond* em variações que varrem o largo espectro das ultra negras às finas; nas não serifadas identificam-se também derivadas da *Cooper Plate* ou da *Akzidenz*, *Grotesk*, *Univers condensada*...; nas caligráficas / cursivas encontram-se entre outras a *Edwardian script*...

Para além do ecletismo tipográfico são frequentes os efeitos de produção de batentes, relevos ou contornos em segunda cor. O espírito geral destes objectos gráficos é de um classicismo contaminado pelo estilo vitoriano britânico, de final do século XIX. O aprofundamento do tema



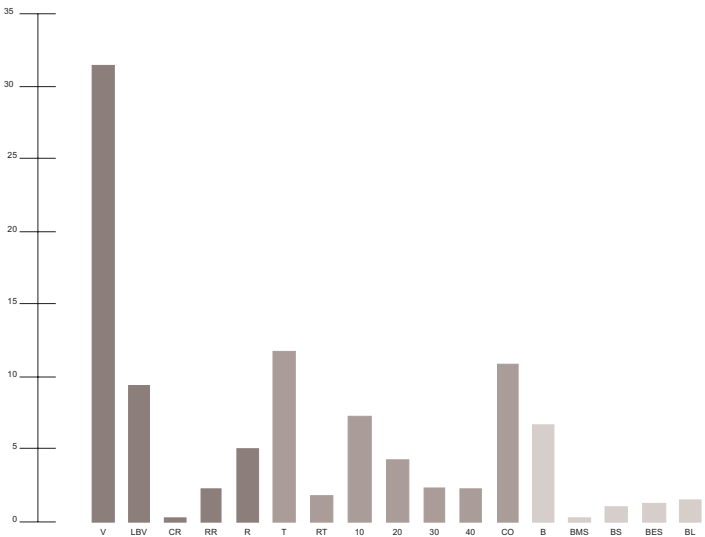
exigiria uma especificidade de abordagem que não se justifica no carácter mais abrangente deste estudo.

		tipografia principal			tipografia secundária		
		com serifa	sem serifa	caligráficas	com serifa	sem serifa	caligráficas
nº exemplares	379	334	72	22	239	204	111
	%	<b>88,13</b>	<b>19,00</b>	<b>5,80</b>	<b>63,06</b>	<b>53,83</b>	<b>29,29</b>

### 2.2.8 - Estudo da amostragem por categorias

Perante a amostragem de aproximadamente 500 exemplares (constantes deste estudo) de Vinho do Porto (enquanto produto genérico), verificou-se que a sua distribuição percentual por categorias se processa da seguinte forma:

Categoria	%
vintage	31,5
LBV	9,4
ruby	4,9
reserva ruby	2,2
crusted	0,2
tawny	11,8
reserva tawny	1,9
10 anos	7,3
20 anos	4,3
30 anos	2,4
40 anos	2,4
colheita	10,9
branco	6,7
branco meio seco	0,2
branco seco	1,1
branco extra seco	1,3
branco lágrima	1,5



vintage | LBV | crusted | reserva ruby | ruby | tawny | reserva tawny | tawny 10 anos  
tawny 20 anos | tawny 30 anos | tawny 40 anos | colheita | branco | branco meio seco  
branco seco | branco extra seco | branco lágrima

Usando as mesmas premissas de análise (desenho dos contentores de venda a retalho, dimensão da área de ocupação do rótulo e anatomia do rótulo) ficaram assim caracterizadas cada uma das diferentes categorias:

### 2.2.8.1 - A conformação/forma do contentor (tipologia de perfil/silhueta da garrafa)

Na amostragem estudada, verifica-se que no que se refere à conformação/forma do contentor (tipologia de perfil/silhueta da garrafa) por categoria de vinho, se distribuem da seguinte forma:

Categoria	tipo A	Tipo B	Tipo C	Tipo D	Tipo E	Tipo F
	pescoço direito (na genealogia da bordalesa)	pescoço rampa	pescoço tipo 'ó'	'pote'	lapidada	decanter
vintage	8,1	16,1	74,7	1,2		
LBV	21,1	5,3	73,7			
ruby	12,5	29,2	45,8	12,5		
reserva ruby		11,1	88,9			
crusted			100			
tawny	3,5	35,1	36,8	24,6		
reserva tawny	23,1		61,6	7,7		
10 anos	19,4	25,8	45,2	6,5	3,2	
20 anos	22,2	11,1	50	5,6	5,6	5,6
30 anos	25	25	37,5	12,5		
40 anos	12,5	12,5	50	12,5	12,5	
colheita	7,3	30,9	9,1	23,6	29,6	
branco	5,9	38,2	35,3	20,6		
branco meio seco			100			
branco seco	28,6	28,6	28,6	14,3		
branco extra seco	33,3	16,7	50			
branco lágrima	40	20	40			

Da análise da tabela anterior, conclui-se que a garrafa tipo C, com pescoço tipo ó, é hegemónica em praticamente todas as categorias, com excepção feita nas categorias tawny em que se divide quase equitativamente pela garrafa tipo C (com pescoço tipo ó), e pela tipo B (pescoço em rampa), tendo no entanto a garrafa tipo D ('pote') uma representatividade de 1/4 da amostragem nesta categoria; colheita e branco, em que predominam a garrafa tipo B (pescoço em rampa), sendo que na primeira destas categorias, as garrafas tipo E (lapidada) e tipo D ('pote') apresentam também grande expressividade, e nesta segunda reaparece quase equitativamente a garrafa tipo C. no caso da categoria branco seco, a tipificação da conformação do contentor é dividida pela tipologia A (pescoço direito na genealogia da bordalesa), B (pescoço em rampa) e C (com pescoço tipo ó), de forma equitativa.

### 2.2.8.2 - A altura

Na análise da amostragem por categoria de vinho, considera-se que não existem variações relativamente às conclusões anteriores, sobretudo porque os contentores são específicos das marcas e não existe um perfil ou altura por categoria.

### 2.2.8.3 - A cor do vidro

Quanto à cor do vidro por categoria, verifica-se a seguinte incidência:

categorias	vidro branco		vidro verde		vidro castanho		vidro preto	
	brilho	fosco	brilho	fosco	brilho	fosco	brilho	fosco
vintage			6,10	0,70	31,30	2,70	51,00	8,16
LBV			15,90	4,50	38,60		29,60	11,40
ruby			39,10	9,30	43,50		13,00	
reserva ruby				10,00	70,00		10,00	10,00
crusted					100,00			
Tawny	1,80		65,50	3,60	21,80		7,27	
reserva tawny			44,40	22,20	11,10		22,20	
10 anos	5,90		41,20	11,80	29,40	5,90	2,90	5,90
20 anos	10,00		20,00	15,00	30,00	10,00	10,00	5,00
30 anos			18,20	18,20	27,30	9,10	18,20	9,10
40 anos	9,10		18,20	27,30	27,30	9,10		9,10
colheita	29,00		3,90	31,40	12,00	23,50		
branco	3,20		51,60	3,20	37,70		3,20	
1/2 seco				100,00				
branco seco			40,00	20,00	20,00		20,00	
extra seco	16,70			16,70	66,70			
lágrima				66,70	33,30			

### 2.2.8.4 - Tipologia e cor de encapsulamento

Quanto à tipologia de encapsulamento, verificamos nas categorias correspondentes aos vinhos destinados a continuar a envelhecer em garrafa, nos vintage e crusted, a percentagem de rolhas de embutir é praticamente de 100%, enquanto nos LBV se distribui de forma quase equitativa. Nas restantes categorias o recurso a rolhas 'bartop' é sempre superior a 80%, e apresenta a seguinte distribuição.

categoria	rolhas	
	de embutir	'bartop'
vintage	98,60	1,40
LBV	47,70	52,30
ruby	8,70	91,30
reserva ruby	20,00	80,00
crusted	100,00	
Tawny	1,80	98,20
reserva tawny		100,00
10 anos	5,90	94,10
20 anos	10,00	90,00
30 anos	9,10	90,90
40 anos		100,00
colheita		100,00
branco		100,00
1/2 seco		100,00
branco seco		100,00
extra seco		100,00
lágrima		100,00

	cor da cápsula											
	preto	dourado	prateado	bege	branco	azul	c. de vinho	verde	cobre	cinza	amarelo	vermelho
vintage	65,30	2,70	1,40	8,80		2,70	3,40	0,70	0,70		2,00	
LBV	77,30	2,30			4,50	4,50					2,30	
ruby	69,57	4,35	4,35			4,35	4,35		4,35			4,35
reserva ruby		60,00	10,00				30,00					
crusted			100,00									
Tawny	83,60	5,50					1,80			1,80		1,80
reserva tawny	88,90								11,10			
10 anos	76,50	5,90		2,90		5,90			2,90	2,90		2,90
20 anos	70,00	10,00				10,00				5,00		5,00
30 anos	81,80	9,10										9,10
40 anos	90,10					9,10						
colheita	60,80	3,90		3,90		31,40						
branco	61,30	3,20		16,20	3,20	3,20		3,20	3,20			
meio seco								100,00				
branco seco	20,00	40,00			40,00							
extra seco	50,00		16,70	33,30			16,70					
lágrima		66,70			16,70				16,70			

### 2.2.8.5 - Área de ocupação do rótulo na garrafa (por categoria de vinho)

Conforme o anteriormente referido, em que se verificam apenas 10 % da amostragem de rótulos directamente serigrafados nas garrafas, e os restantes 90%, impressos em papel, a distribuição da sua área de ocupação se analisada por categoria, numa amostragem de 430 exemplares, distribui-se da seguinte maneira:

categoria	nº exemp.	serigrafia			em papel		
		Inf.a 30%	Inf.a 30% sup. a 50%	Sup.50%	Inf.a 30%	Inf.a 30% sup. a 50%	Sup.50%
Vintage	125	0,80	0,80	1,60	21,60	49,60	25,60
LBV	37	2,70		2,70		62,16	32,43
Ruby	20		5,00	10,00		30,00	55,00
Res. ruby	10	20,00			20,00		60,00
Crusted	2		100,00				
Tawny	56		3,57	7,14		32,14	57,14
Res.tawny	15					66,67	33,33
10 anos	29		6,90	6,90	10,34	37,93	37,93
20 anos	17	5,88	11,76	5,88	17,65	35,29	23,53
30 anos	11		9,09	9,09		54,55	27,27
40 anos	7					57,14	42,86
Colheita	29		10,34	6,90	3,45	34,48	44,83
Branco	32		6,25	15,63		46,88	31,25
Br. meio seco							100,00
Branco seco	7					71,43	28,57
extra-seco	5				40,00	40,00	20,00
lágrima	6					83,33	16,67

E assim se verifica, em todas as categorias, que a incidência de área de ocupação se situa no 'intervalo' de área superior a 30% e inferior a 50% da ocupação total da garrafa. A excepção feita a esta regra, é perceptível nas categorias tawny e colheita (com áreas superiores a 50%), ou ainda na categoria de tawny 10 anos que, se distribui equitativamente pelas áreas supra citadas.



### 2.2.8.6 – Inventariação da rotulagem (por componente)

categoria	nº rótulos analisados	contra-rótulos	rótulo complementar	gargantilha	selo em relevo	cápsulas		pincelada
						tipografia	elementos	
Vintage	81	72,84	8,64		37,04	12,35	23,46	6,17
LBV	25	76,00	24,00		40,00	44,00	24,00	
Ruby	22	81,82	9,09	13,64	50,00	31,82	31,82	
Res. ruby	6	83,33	66,67		66,67	83,83	66,67	
Crusted	2	100,00	50,00				50,00	
Tawny	29	86,21	13,79	13,79	44,83	31,03	27,59	
Res.tawny	12	83,33	16,67	8,33	66,67	33,33	41,67	
10 anos	26	76,92	23,08	3,85	42,31	34,62	26,92	
20 anos	20	70,00	20,00	5,00	55,00	50,00	35,00	
30 anos	10	60,00	30,00	10,00	90,00	50,00	20,00	
40 anos	8	87,50	37,50	12,50	75,00	50,00	25,00	
Colheita	15	86,67	20,00		73,33	20,00	40,00	
Branco	19	78,95	10,53	10,53	52,63	52,63	63,16	
Br. meio seco	1	100,00						
Branco seco	6	66,67			66,67	16,67	33,33	
extra-seco	7	85,71	42,86		85,71	14,29	14,29	
lágrima	5	60,00	40,00		60,00	20,00	20,00	

Verificou-se, após análise da tabela anterior, que em todas as categorias é hegemónico o recurso ao contra-rótulo (destinado a informação complementar); o rótulo complementar está presente em quase todas as categorias ( com excepção no branco meio-seco e do branco seco), mas apenas nas categorias reserva ruby e crusted com uma representatividade superior a 50%, apresentando nas restantes valores iguais ou inferiores a 1/3 da amostragem; a gargantilha é pouco expressiva na maioria das categorias, ou mesmo inexistente; os selos em relevo nas garrafas, apresentam uma representatividade superior a 50% em praticamente todas as categorias, e excepção feita às categorias crusted e branco meio-seco, todas as outras apresentam elementos tipográficos nas cápsulas.

### 2.2.6.7 - A análise cromática das amostras de rótulos

Após análise da distribuição cromática dos rótulos por categoria, relativamente à cor do fundo, da tipografia principal e da tipografia secundária, verificou-se:

categoria	nº ex.	cor de fundo											
		preto	verde	azul	cinza	dourado	branco	vermelho	amarelo	bege	castanho	pêssego	c. de vinho
Vintage	159	50,30		0,60	6,30		27,00			18,90			
LBV	45	55,60		4,40			26,70		8,90	13,30			6,70
Ruby	22	45,50		4,50			9,10	4,50	4,50	9,10			9,10
Res. ruby	11	45,50					9,10	9,10		45,50		18,20	
Crusted	2	50,00								50,00			
Tawny	60	60,00	1,70				10,00	3,30	3,30	11,70			5,00
Res.tawny	15	40,00	6,70				6,70			20,00			6,70
10 anos	35	20,00	2,90	2,90	2,90	5,70	2,90		20,00	40,00		2,90	
20 anos	20	15,00		5,00					10,00	45,00			
30 anos	11	16,70							16,70	54,40			
40 anos	11	9,10					9,10			63,60			
Colheita	59	8,60					5,20		3,40	55,20			
Branco	30	16,70	13,30				6,70		16,70	20,00			
meio seco	1		100,00				100,00						
seco	5	20,00	20,00	20,00						20,00			
extra-seco	7	42,90	14,30		28,60		42,90			14,30			
lágrima	7		14,30				42,90		14,30	28,60			

Desta tabela se conclui que as cores de fundo dominantes nos rótulos são o preto (nas categorias vintage, LBV, ruby, tawny e reserva tawny), o bege (nas categorias tawny com denominação de idade - 10, 20, 30 e 40 ou mais anos - e colheita) ou ambas nas categorias crusted e reserva ruby. As categorias de vinhos brancos, apresentam cores mais claras como o branco (na branco lágrima), simultaneamente branco e verde na branco meio-seco, equitativamente branco ou preto na categoria extra-seco e ainda na categoria branco seco as cores preto, verde, azul e bege dividem entre si a totalidade da amostragem desta categoria, perfazendo 80% (os 20% em falta na percentagem dizem respeito a um rótulo cujo fundo é transparente)

categoria	nº ex.	cor da tipografia principal											
		branco	verde	amarelo	cobre	vermelho	azul	cinza	preto	dourado	prateado	bege	c. de vinho
Vintage	159	36,50		2,50	0,60	42,20	7,50	5,00	40,30	18,20	5,70		4,40
LBV	45	37,80		4,40		48,90	11,10	4,40	31,10	57,80	6,70		4,40
Ruby	22	68,20		9,10		22,70	9,10		9,10	50,00	4,50	4,50	9,10
Res. ruby	11	27,30		9,10			9,10		54,50	72,70	9,10		54,50
Crusted	2	50,00							50,00	100,00			
Tawny	60	71,70		6,70		16,70	3,30		15,00	46,70		3,30	13,30
Res.tawny	15	53,30			6,70	20,00			20,00	46,70			40,00
10 anos	35	17,10	2,90	2,90		8,60	5,70	11,40	51,40	51,40		2,90	20,00
20 anos	20	20,00	10,00			5,00	5,00	5,00	40,00	50,00		5,00	15,00
30 anos	11	27,30		9,10				9,10	54,60	54,60			18,20
40 anos	11	27,30							45,50	54,50			27,30
Colheita	59	34,50		1,70		15,50	10,30	3,50	25,90	5,20			25,90
Branco	30	23,30	16,70	23,30		10,00	6,70		43,30	46,70		3,30	10,00
meio seco	1									100,00			
seco	5	40,00	40,00						40,00	60,00			
extra-seco	7	42,90	28,60			14,30	28,60	28,60	57,10	57,10			
lágrima	7	14,30		14,30		14,30	14,30		42,90	71,40			14,30

Em todas as categorias de Vinho do Porto, se pode verificar na tipografia principal, a presença da cor dourada, que faz apelo à tradição e nobilidade do vinho. As cores preto e/ou branco também estão presentes em praticamente todas as categorias (com exceção do branco meio-seco), e ainda os tons vermelhos/cor-de-vinho. As restantes cores, não tem uma posição ‘regular’ ou hegemónica em qualquer das categorias.

categoria	n° ex.	cor da tipografia secundária										
		branco	preto	azul	cinza	vermelho	c. de vinho	prateado	amarelo	bege	verde	dourado
Vintage	159	39,70	45,30	3,80	20,80	17,60		0,60	3,80		12,00	12,60
LBV	45	35,60	42,20	13,30	24,40	24,40	13,30	6,70	2,20	2,20		55,60
Ruby	22	36,40	13,60		9,10	4,50	9,10			4,50	4,50	59,10
Res. ruby	11	36,40	45,50		36,40	9,10		9,10			9,10	45,50
Crusted	2				50,00		50,00					100,00
Tawny	60	36,70	21,70	1,70	5,00	28,30	1,70			3,30	1,70	61,70
Res.tawny	15	33,30	26,70		6,70	13,30	6,70					46,70
10 anos	35	11,40	57,10	2,90	14,30	20,00	14,30				5,70	60,00
20 anos	20	15,00	50,00	5,00	25,00	25,00	15,00				15,00	40,00
30 anos	11	27,30	54,60		18,20	27,30	27,30				9,10	54,60
40 anos	11	27,30	45,50		18,20	18,20	27,30					54,50
Colheita	59	34,50	48,30	10,30	10,30	15,50	19,00		1,70			25,90
Branco	30	10,00	33,30		23,30	20,00	3,30			3,30	3,30	60,00
meio seco	1											100,00
seco	5	40,00	80,00									20,00
extra-seco	7	14,30	57,10		42,90	14,30					14,30	71,40
lágrima	7	28,60	71,40	14,30								28,60

A tipografia secundária é apresentada com mais do que uma cor, sendo a cor predominante o dourado, posteriormente o preto em 65% da amostragem e o branco. As restantes cores não têm expressão no domínio da amostragem, mas é de salientar que os tons vermelhos e cor-de-vinho têm uma presença frequente, e que surge o cinzento com uma posição de referência na tipografia secundária.

#### 2.2.8.8 - A decomposição de elementos constitutivos mais frequentes

categoria	nº ex.	elementos
Vintage	159	96,20
LBV	45	75,56
Ruby	22	90,90
Res. ruby	11	90,90
Crusted	2	100,00
Tawny	60	91,70
Res.tawny	15	80,00
10 anos	35	94,30
20 anos	20	90,00
30 anos	11	90,10
40 anos	11	90,10
Colheita	59	75,90
Branco	30	90,00
meio seco	1	100,00
seco	5	80,00
extra-seco	7	71,40
lágrima	7	85,70

De referir que na análise da amostragem (feita por categorias), a presença de elementos identitários das marcas aparece de forma bem vinculativa em todas as categorias.

### 2.2.8.9 - Os processos de impressão

		processos de impressão			
categoria	nº ex.	offset	termoestampagem	relevo seco	serigrafia
Vintage	159	96,86	16,98	1,89	1,89
LBV	45	97,70	51,10	8,90	2,20
Ruby	22	81,80	50,00	18,20	18,20
Res. ruby	11	100,00	63,70	27,30	
Crusted	2	100,00			
Tawny	60	88,30	46,70	6,70	10,00
Res.tawny	15	93,30	46,70	26,70	6,70
10 anos	35	88,60	54,30	11,40	11,40
20 anos	20	85,00	45,00	15,00	15,00
30 anos	11	90,90	36,70	18,20	9,10
40 anos	11	72,70	45,50	18,20	18,20
Colheita	59	69,00	12,10	3,50	31,00
Branco	30	80,00	43,30	10,00	20,00
meio seco	1	100,00	100,00	100,00	
seco	5	80,00	20,00		20,00
extra-seco	7	100,00	57,10	28,60	
lágrima	7	100,00	71,40	14,30	

Da análise dos resultados estatísticos apresentados na tabela, verificou-se que todas as categorias, recorrem à impressão dos seus rótulos em offset. Na categoria colheita, verifica-se a maior expressão da serigrafia (31%), nas categorias branco e branco seco, o processo de serigrafia directamente na garrafa tem validação em 1/5 da amostragem, e nas restantes categorias é inferior ou mesmo inexistente.

#### 2.2.8.10 - As marcas de validação/creditação do produtor e/ou engarrafador

categoria	nº ex.	data de fundação	assinatura
Vintage	159	14,30	85,70
LBV	45	57,80	28,90
Ruby	22	63,60	27,30
Res. ruby	11	90,90	54,50
Crusted	2	100,00	
Tawny	60	31,70	11,70
Res.tawny	15	53,30	26,70
10 anos	35	51,40	22,90
20 anos	20	60,00	30,00
30 anos	11	63,70	45,60
40 anos	11	54,50	36,40
Colheita	59	19,00	32,80
Branco	30	40,00	20,00
meio seco	1	100,00	
seco	5	60,00	40,00
extra-seco	7	85,70	42,90
lágrima	7	71,40	14,30

As marcas de validação estão presentes em todas as categorias, registando-se a ‘credibilidade da marca pela ‘tradição e conhecimento adquirido’, através do recurso à data de fundação da mesma, sendo a exceção feita nas categorias vintage e colheita (de uma só quinta e num ano excepcional), em que aparece em maior percentagem a ‘assinatura’ enquanto ‘compromisso’ assumido da qualidade do produto.

#### 2.2.8.11 - As formas dos rótulos e sua colocação nas garrafas (predominância vertical ou horizontal)

As forma dos rótulos e as suas colocação nas garrafas apresentam características definidas se analisadas por marca ou produto Vinho do Porto, mas não significativas do ponto de vista das diferentes categorias deste vinho.

## 2.2.8.12 As famílias tipográficas

Relativamente às famílias tipográficas, a distribuição das mesmas relativa a cada categoria encontra-se distribuída conforme a tabela seguinte:

categoria	nº exemplares	tipografia principal			tipografia secundária		
		com serifa	sem serifa	caligráficas	com serifa	sem serifa	caligráficas
vintage	137	84,70	21,90		51,10	62,80	12,40
LBV	37	91,90	32,40	10,80	51,40	59,50	24,30
ruby	16	93,80	18,80	6,30	62,50	37,50	31,30
reserva ruby	10	90,00	20,00	20,00	50,00	30,00	20,00
crusted	2	100,00			50,00	50,00	50,00
tawny	46	95,70	8,70	2,20	78,20	47,80	32,60
reserva tawny	10	90,00	10,00	30,00	70,00	20,00	60,00
10 anos	27	96,30	14,80	14,80	85,20	40,70	51,90
20 anos	11	81,80	27,30		72,70	54,50	63,60
30 anos	7	71,40	42,90		57,10	57,10	57,10
40 anos	5	80,00	40,00		60,00	60,00	80,00
colheita	37	86,50	13,50	16,20	86,50	64,90	51,40
branco	21	95,20	9,50	4,80	66,70	42,90	33,30
meio seco	1	100,00			100,00		
branco seco	2	50,00	50,00		50,00	100,00	50,00
extra seco	3	100,00			66,70	33,30	
lágrima	4	100,00			75,00	50,00	

Nas famílias tipográficas, a supremacia das famílias serifadas é evidente em todas as categorias, no referente à tipografia principal dos rótulos; na tipografia secundária e pela hierarquização da leitura, existe uma maior liberdade de opção, surgem mais do que uma grande família, e com uma repartição menos vinculativa a cada uma.





retratos robot  
categorias e estilos



## 2.9.1 - retrato robot das categorias do Vinho do Porto

Assim sendo, abordadas que foram as diferentes categorias de Vinho do Porto, é possível construir um retrato robot de cada:

### 1 – Categoria Vintage (159 exemplares)

- garrafa com silhueta tipo 'bordalesa' com pescoço tipo ó
- 30 cm de altura
- vidro preto
- rolha de embutir
- rótulo em papel
- impressão em offset
- com cerca de 8,7 x 8,5 cm
- área de ocupação do rótulo na garrafa, superior a 30% e inferior a 50% da garrafa
- cor de fundo do rótulo: preto
- tipografia principal serifada, com cor branca
- tipografia secundária serifada, com cor dourado
- data de fundação no rótulo
- cápsula negra como remate superior



### 2 – Categoria LBV (45 exemplares)

- garrafa com silhueta tipo 'bordalesa' com pescoço tipo ó
- 30 cm de altura
- prateleira ao nível do calcanhar
- vidro preto ou castanho com brilho
- rolha 'bartop' ou de embutir
- rótulo em papel
- impressão em offset
- com cerca de 8,8 x 8,4 cm
- área de ocupação do rótulo na garrafa: inferior a 30% da garrafa
- cor de fundo do rótulo: negro
- tipografia principal serifada, com cor dourada
- tipografia secundária não serifada, com cor dourada
- data de fundação no rótulo
- cápsula de cor negra



### 3 – Categoria Crusted (2 exemplares)

- garrafa com silhueta tipo 'bordalesa' com pescoço tipo ó
- inferior a 30 cm de altura
- com ou sem prateleira ao nível do calcanhar
- vidro castanho com brilho
- rolha de embutir
- rótulo em papel
- impressão em offset
- com cerca de 6 x 7,4 cm
- área de ocupação do rótulo na garrafa: até 50% da garrafa
- cor de fundo do rótulo: negro ou bege
- tipografia principal serifada, com cor dourada
- tipografia secundária serifada, não serifada ou caligrafada, com cor dourada
- data de fundação no rótulo
- cápsula de cor negra ou prateada



### 4 - quanto à Categoria Reserva ruby (11 exemplares)

- garrafa com silhueta tipo 'bordalesa' com pescoço tipo ó
- 30 cm de altura
- vidro castanho com brilho
- rolha 'bartop'
- rótulo em papel
- impressão em offset
- com cerca de 8,4 x 8,9 cm
- área de ocupação do rótulo na garrafa: superior a 30% e inferior a 50% da garrafa
- elementos termo estampados
- cor de fundo do rótulo: negro ou bege
- tipografia principal serifada, com cor dourada ou preta
- tipografia secundária serifada, com cor dourada ou preta
- data de fundação no rótulo
- assinatura no rótulo
- cápsula de cor dourada



## 5 – A Categoria ruby (22 exemplares)

- garrafa com silhueta tipo 'bordalesa' com pescoço tipo ó
- 30 cm de altura
- prateleira ao nível do calcanhar
- vidro castanho ou verde
- rolha 'bartop' ou de embutir
- rótulo em papel
- impressão em offset
- com cerca de 9,1 x 8,9 cm
- área de ocupação do rótulo na garrafa: superior a 50% da garrafa
- cor de fundo do rótulo: preto
- tipografia principal serifada, com cor branca
- tipografia secundária serifada, com cor dourada
- elementos termo estampados
- data de fundação no rótulo
- cápsula de cor negra



## 6. Categoria tawny (60 exemplares)

- garrafa com silhueta tipo 'bordalesa' com pescoço tipo ó ou em rampa
- 30 cm de altura
- prateleira ao nível do calcanhar
- vidro verde
- rolha 'bartop'
- rótulo em papel
- impressão em offset
- com cerca de 10 x 9,5 cm
- área de ocupação do rótulo na garrafa: superior a 50% da garrafa
- cor de fundo do rótulo: preto
- tipografia principal serifada, com cor branca
- tipografia secundária serifada, com cor dourada
- data de fundação no rótulo
- cápsula de cor negra



## 7 – Na **Categoria reserva tawny** (15 exemplares)

- garrafa com silhueta tipo ‘bordalesa’ com pescoço tipo ó
- 30 cm de altura
- vidro verde
- rolha ‘bartop’ ou de embutir
- rótulo em papel
- impressão em offset
- com cerca de 8,4 x 8,7 cm
- área de ocupação do rótulo na garrafa: superior a 30 e inferior a 50% da garrafa
- cor de fundo do rótulo: preto
- tipografia principal serifada, com cor branca, dourada ou cor-de-vinho
- tipografia secundária serifada, com cor dourada
- data de fundação no rótulo
- cápsula de cor negra



## 8 – Categoria tawny **10 anos** (34 exemplares)

- garrafa com silhueta tipo ‘bordalesa’ com pescoço tipo ó
- 30 cm de altura
- prateleira ao nível do calcanhar
- vidro preto ou castanho ou verde
- rolha ‘bartop’ - rótulo em papel
- impressão em offset
- com cerca de 9,1 x 8,9 cm
- área de ocupação do rótulo na garrafa: superior a 30% da garrafa
- cor de fundo do rótulo: bege
- tipografia principal serifada, com cor preta ou dourada
- tipografia secundária serifada, com cor preta ou dourada
- data de fundação no rótulo
- cápsula de cor preta





#### 9 – Categoria tawny **20 anos** (20 exemplares)

- garrafa com silhueta tipo 'bordalesa' com pescoço tipo ó
- 30 cm de altura
- vidro castanho
- rolha 'bartop'
- rótulo em papel
- impressão em offset
- com cerca de 7,9 x 8,5 cm
- área de ocupação do rótulo na garrafa: superior a 30 e inferior a 50% da garrafa
- cor de fundo do rótulo: bege
- tipografia principal serifada, com cor dourada
- tipografia secundária serifada, com cor preta
- data de fundação no rótulo
- cápsula de cor negra



#### 10 – Categoria tawny **30 anos** (11 exemplares)

- garrafa com silhueta tipo 'bordalesa' com pescoço tipo ó
- 30 cm de altura
- vidro verde ou castanho
- rolha 'bartop'
- rótulo em papel
- impressão em offset
- com cerca de 9,5 x 8,7 cm
- área de ocupação do rótulo na garrafa: superior a 30% e inferior a 50% da garrafa
- cor de fundo do rótulo: bege
- tipografia principal serifada, com cor preta e/ou dourada
- tipografia secundária serifada, não serifada ou caligráfica, com cor a preta e/ou dourada
- data de fundação no rótulo
- cápsula de cor negra



#### 11 – Na Categoria tawny **40 anos** (11 exemplares)

- garrafa com silhueta tipo 'bordalesa' com pescoço tipo ó
- 30 cm de altura
- vidro verde
- rolha 'bartop'
- rótulo em papel
- impressão em offset
- com cerca de 9,5 x 8,5 cm
- área de ocupação do rótulo na garrafa: superior a 30% e inferior a 50% da garrafa
- cor de fundo do rótulo: bege
- tipografia principal serifada, com cor dourada
- tipografia secundária caligráfica, com cor dourada
- data de fundação no rótulo
- cápsula de cor negra



#### 12 – A Categoria **colheita** (58 exemplares)

- garrafa do tipo B, com pescoço em rampa
- altura inferior a 30 cm
- vidro castanho
- rolha 'bartop'
- rótulo em papel
- impressão em offset
- com cerca de 9,2 x 8,1 cm
- área de ocupação do rótulo na garrafa: superior a 50% da garrafa
- cor de fundo do rótulo: bege
- tipografia principal serifada, com cor branca
- tipografia secundária serifada, com cor preta
- cápsula de cor negra



### 13 – Na Categoria **branco** (30 exemplares)

- garrafa do tipo B, com pescoço em rampa
- 30 cm de altura
- vidro verde
- rolha 'bartop'
- rótulo em papel
- impressão em offset
- com cerca de 9,6 x 9,5 cm
- área de ocupação do rótulo na garrafa: superior a 30% e inferior a 50% da garrafa
- cor de fundo do rótulo: bege
- tipografia principal serifada, com cor dourada
- tipografia secundária serifada, com cor dourada
- cápsula de cor negra



### 14 – Categoria **branco seco** (5 exemplares)

- garrafa com silhueta tipo A, de pescoço direito ou tipo C, com pescoço tipo ó
- 30 cm de altura
- vidro verde
- rolha 'bartop'
- rótulo em papel
- impressão em offset
- com cerca de 9,2 x 7,7 cm
- área de ocupação do rótulo na garrafa: superior a 30% e inferior a 50% da garrafa
- cor de fundo do rótulo: verde, azul ou bege
- tipografia principal serifada ou não serifada, com cor dourada
- tipografia secundária serifada, com cor preta
- data de fundação no rótulo
- cápsula de cor dourada ou branca



## 15 – Categoria **branco meio seco** (1 exemplar)

- garrafa com silhueta tipo B, com pescoço em rampa
- 30 cm de altura
- vidro verde
- rolha 'bartop'
- rótulo em papel
- impressão em offset
- com cerca de 11 x 10,6 cm
- área de ocupação do rótulo na garrafa: superior a 50% da garrafa
- cor de fundo do rótulo: branco e verde
- tipografia principal serifada, com cor dourada
- tipografia secundária serifada, com cor dourada
- data de fundação no rótulo
- cápsula de cor verde



## 16 – Categoria **branco extra seco** (7 exemplares)

- garrafa com silhueta tipo C, 'bordalesa' com pescoço tipo ó
- 30 cm de altura
- prateleira a nível do calcanhar
- vidro castanho
- rolha 'bartop'
- rótulo em papel
- impressão em offset
- com elementos termo estampados
- com cerca de 8,1 x 9 cm
- área de ocupação do rótulo na garrafa: superior a 30% e inferior a 50% da garrafa
- cor de fundo do rótulo: preto ou branco
- tipografia principal serifada, com cor preta e/ou dourada
- tipografia secundária serifada, com cor dourada
- data de fundação no rótulo
- cápsula de cor negra



## 17 – Categoria **branco lágrima** (7 exemplares)

- garrafa com silhueta tipo A, com pescoço direito, ou C, com pescoço tipo ó
- 30 cm de altura
- vidro verde
- rolha 'bartop'
- rótulo em papel
- impressão em offset
- com elementos termo estampados
- com cerca de 8,8 x 9,4 cm
- área de ocupação do rótulo na garrafa: superior a 30% e inferior a 50% da garrafa
- cor de fundo do rótulo: branco
- tipografia principal serifada, com cor dourada
- tipografia secundária serifada, com cor preta
- data de fundação no rótulo
- cápsula de cor dourada



## 2.9.2 - retrato robot dos estilos do Vinho do Porto

Assim, após análise encontramos-nos em condições de fazer a construção do retrato robot dos diferentes estilos, que apresentarão como características:

### O estilo ruby:

- garrafa com silhueta tipo 'bordalesa' com pescoço tipo ó
- 30 cm de altura
- vidro preto
- rolha de embutir
- rótulo em papel
- impressão em offset
- com cerca de 8,5 x 8,7 cm
- área de ocupação do rótulo na garrafa: superior a 30% e inferior a 50% da garrafa
- cor de fundo do rótulo: preto
- tipografia principal serifada, a branco ou vermelho
- tipografia secundária não serifada, a branco ou preto
- data de fundação no rótulo
- cápsula de cor negra



### O estilo tawny:

- garrafa não hegemónica, mas salienta-se a tipo C, com pescoço tipo ó
- com rebordo a nível do calcanhar
- 30 cm de altura
- vidro verde
- rolha 'bartop'
- rótulo em papel
- impressão em offset
- com cerca de 8,9 x 9 cm
- área de ocupação do rótulo na garrafa: superior a 50% da garrafa
- cor de fundo do rótulo: bege
- tipografia principal serifada em cor branca ou dourada
- tipografia secundária serifada em cor dourada ou preta
- cápsula de cor negra



O retrato robot do **estilo branco**:

- garrafa tipo C, com pescoço tipo ó
- 30 cm de altura
- vidro verde
- rolha 'bartop'
- rótulo em papel
- impressão em offset
- com cerca de 9,2 x 9,3 cm
- área de ocupação do rótulo na garrafa: superior a 30% e inferior a 50% da garrafa
- cor de fundo do rótulo: bege
- tipografia principal serifada a dourado
- tipografia secundária serifada a dourado
- cápsula de cor negra







Conclusão  
Texto síntese

### 3. - Conclusões / Texto síntese

Analisando a totalidade do universo de produção vinícola de Vinho do Porto a partir dos estilos, encontram-se três grandes grupos: os brancos (11%), os ruby (48%) e os tawny (41%).

Os brancos (divididos entre e secos e doces) normalmente engarrafados em garrafas com vidro mais claro, sendo quase na totalidade secos (só 1,5% são doces/lágrima) e por isso, correspondendo pelo estilo a uma bebida a servir fresca como aperitivo; neste estilo o Porto concorrerá com os vermouths (martinis), com os madeiras e sobretudo com o xerez.

Os ruby constituídos maioritariamente por vinhos jovens (LBV e Vintage) são destinados a estágio, constituindo um estilo mais próximo da garrafa de vinho corrente, assim preparado para repousar em adega. De facto a análise realizada na variação morfológica do vasilhame, condicionada pelo estilo, verifica-se uma grande regularidade de preferência em garrafas bordalesa com pescoço tipo ó.

Os tawny sendo bebidas já ‘envelhecidas’ e por isso de cor menos vermelha e mais alourada, variando numa extensa gama de categorias que vão do corrente tawny (com pelo menos 3 anos de estágio), até aos mais de 40 anos de idade, para além dos colheitas, que se obrigam a um estágio mínimo de 7 anos, deverão corresponder na retórica da sua embalagem ao ideal de um vinho envelhecido e, consequentemente, recorrendo a uma embalagem menos vertical, do tipo ‘pote’. De acordo com a observação do estilo anterior também nos tawny analisados se encontra a maior incidência de garrafas baixas e largas, mostrando selos em relevo ou outros atributos de ‘antiguidade’.

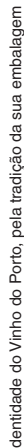
Em resumo, com o duplo objectivo de garantir a máxima identidade do Vinho do Porto como produto e no respeito pela diversidade de estilos e categorias deverá considerar-se na resposta ao mercado, pelas marcas distribuidoras, o recurso a 3 embalagens que denunciarão os 3 grandes estilos: branco transparente para servir fresco, ruby para guardar e o tawny para consumir directamente, oferecendo uma experiência de rara distinção e antiguidade.

#### 3.1 - Retrato robot do produto Vinho do Porto

No presente estado deste estudo é já possível construir o retrato robot de caracterização do produto Vinho do Porto à luz estatística da amostragem em que se fundamenta o presente trabalho: garrafa com silhueta tipo ‘bordalesa’ com pescoço tipo ó e rebordo inferior (prateleira); com aproximadamente 30 cm de altura, produzida em vidro escuro, recebendo rótulo em papel quadrado, ocupando uma área que corresponderá a sensivelmente 50% da silhueta, com o fundo preto, a tipografia principal a branco ou dourado, a tipografia secundária a dourado ou preto (no caso dos rótulos com fundo claro) e recebendo uma cápsula negra de remate superior. Este retrato perfaz a identidade visual de um produto que não se pode considerar exclusivamente Vinho do Porto, quando comparado com as estratégias de embalagem verificadas entre por exemplo o Gin, o Vodka, os Vermutes ou os licores irlandeses de nata, tipo ‘Baileys’.

O conhecimento que se parece poder extrair da exaustiva análise desta amostra com cerca de 500 espécimes sobre o produto Vinho do Porto, está contaminada pela contingência prática dos casos que lhe dão suporte evocando um produto que por ventura não corresponde às expectativas materiais e de imaginário dos seus consumidores. A análise produz por isso uma radiografia bastante exacta do que existe, ainda que o que existe possa estar aquém do que deveria existir. O confronto com a realidade prática, produz o desconforto de não ver devidamente acautelado um

148



# Bibliografia

**AAVV**, Barreto António, Mónica, Maria Filomena, '*Dicionário de História de Portugal*', vol. 9, págs 591 a 600, Ed. Livraria Figueirinhas, Lisboa, 2000, ISBN 972-661-167-9

**AAVV**, Pereira, Gaspar Martins, '*Autour do Porto*', ICEP, Lisboa 1997, ISBN 972-737-103 -5

**AAVV**, '*Os ciúmes de Baco*', ASCOIV, ICEP e IVV, 1998, ISBN 972-737-118-3  
França, José Augusto, '*A arte em Portugal no séc.XX*', Bertrand Editora, 2ª ed., Lisboa, 1990

**AAVV**, Catálogo da Exposição '*Douro reserva histórica e o Vinho do Porto*', Asso. Comercial do Porto e Ministério da Cultura, Porto, 2006

**AAVV**, Dias, Diogo, '*As ânforas, contentor vinícola da antiguidade*' in '*Uma Imagem do vinho*', 1994; pág.14

**Baines**, Phil e **Haslam**, Andrew, '*Type & Typography*', Waston-Gupatil Publications, New York, 2ª ed. 2005, ISBN 0-8230-5528-0

**Barreto**, António, '*Douro*', Ed. Inapa, Porto, 1993, depósito legal nº 63-088/93

**Bicker**, João e **Ferrand**, Maria. '*A forma das letras*', Livraria Almedina, Coimbra, 2000, ISBN 972-40-1435-5

**Blackwell**, Lewis, '*Tipografia del siglo XX*', Editorial Gustavo Gilli, Barcelona, 2004, ISBN 84-252-1839 -X

**Cabral**, Carlos, '*Porto, um vinho e a sua imagem*', Editora de Cultura, S. Paulo (Brasil), 2006, ISBN 85-293-0106-4

**Cardoso**, António Barros e **Silva**, Francisco Ribeiro, '*Porto do Vinho*', 2ª ed. Civilização Editora, Porto, Nov. 2007, ISBN 978-972-26-2619-4

**Champigneulle**, B., '*Arte Nova*' Editorial Verbo, Lisboa, 1984

**Eskilson**, Stephen, '*Graphic Design, a New History*', Laurence King Publishing Ltd, Londres, 2007, ISBN 978-1- 85669 -511-4

**França**, José Augusto, '*Ramos Pinto 1880-1980*', 5ªed., Impressão da Ramos Pinto

**Guichard**, François, '*Rótulos e cartazes no vinho do Porto*', Ed. Inapa, Lisboa, 2001

**Heller**, Steven & **Fili**, Louise, '*Euro deco, graphic design between wars*', Chronicle Books, San Francisco, 2004

**Heitlinger**, Paulo, '*Tipografia, origens, formas e uso das letras*', 1ª ed., Dinalivro, Lisboa, 2006

**Hollis**, Richard – '*El diseño gráfico*', Ediciones Destino, Barcelona 2000, ISBN: 84-233-3241-1

**IVP**, '*Vintages do século, catálogo de prova*', IVP, Porto, 1999, ISBN 972-8233-12-4

**IVP**, '*Vinho do Porto, o vinho da filosofia*', Ed. IVP, 1946

**Jonhson's**, Hugh, '*História Universal do Vinho*', ed. Litexa, 1999

**Klein**, Dan e **LLoyd Ward**, '*The history of glass*', Tiger books, London, 1998, ISBN 1-85501-899-3

**Lacerda**, Silvestre, '*A arte da tanoaria*', Crat (Centro Regional das Artes Tradicionais), Porto, 1997, ISBN 972-9419-20-5

**Lobo**, Theresa, '*Cartazes Publicitários, Coleção da Empresa do Bolhão*', Ed. Inapa, Lisboa, 2001, ISBN 972-797-023-0

**Matos**, Armando, '*O barco rabelo*', Ed. Província do Douro Litoral, Porto, 1940

**Mayson**, Richard, '*Os vinhos e vinhas de Portugal*', Publicações Europa-América, Mem-Martins, 2003, Isbn 972-1-05599-9

**Mendes**, José Amado, '*História do vidro e do cristal em Portugal*', Ed. Inapa, Lisboa, 2002, ISBN 927-797-028-1

**Mendes**, José Amado, '*Santos Barosa, 100 anos do vidro 1889-1989*', Ed. Santos Barosa

**Mourão**, Ramiro, '*Do vasilhame vinário, notas informativas da sua história*', IVDP, 1943

**Müller-Brockman**, Joseph, '*História de la Comunicacion Visual*', 3ª ed., Ed. G.Gilli, Barcelona 2005

**Pereira**, Gaspar Martins – '*Porto, o ouro do Douro*' – ICEP, Lisboa 1997, ISBN 972-737-103 –

**Pereira**, Gaspar Martins, '*O Douro e o Vinho do Porto de Pombal a João Franco*', Ed. Afrontamento, Porto, 1991

**Pereira**, Gaspar Martins & **Almeida**, Nicolau, '*Porto Vintage*', Edição IVP e Campo das Letras, 1999, ISBN 972-610-195-6

**Spence**, Gofrey, '*O guia do vinho do porto – guia do conhecedor*', Ed. livros e livros, Lisboa, 1997

**Teixeira**, Gabriella Maria Casella de Barbosa e **Lacerda**, Silvestre, '*Quem construiu Tebas? Os construtores da cidade*', ed. Crat (Centro Regional das Artes Tradicionais), Porto

**Zamith**, Abílio Forrester, '*Guia do Vinho do Porto para apreciador*', Chaves Ferreira publicações SA, 2001, ISBN – 972-9402-74-4



## **webgrafia**

<http://www.brasileirosnoexterior.com>

<http://pt.wikipedia.org>

<http://www.realcompanhiavelha.pt/>

<http://www.ivp.pt>

<http://www.gastronomias.com/bar-bebidas/porto.htm>

<http://www.ufp.pt/page.php?intPageObjId=10463>

<http://www.jdiascooperage.com>

<http://www.rtp.pt/index>.

<http://www.dourowine.com/index2.php?l=0>

<http://molho-de-brocolos.blogspot.com/2005/03/tipografia-no-movimento-arte-nova.html>

<http://artenova.no.sapo.pt/Modernismo2.htm>

[http://www.esab.pt/antiga/arte/arte\\_nova.pdf](http://www.esab.pt/antiga/arte/arte_nova.pdf)

<http://www.arkitectura.net/folha16/007Adolf%20Loos/A%20Arte%20Nova.htm>

## **Outras Publicações**

Livros e folhetos informativos da Symington Estates Family

Textos do Museu do Vinho do Porto, 2007

Taylor's, folheto sobre garrafas antigas, resumido de Morgan, Roy, 'sealed bottles, their history and evolution (1630-1930)'